

GESTIONE PROCESSI DECISIONALI (OPR173)

1. lingua insegnamento/language

Italiano.

2. contenuti/course contents

Coordinatore/Coordinator: Prof. ANTONIO PELLICCIA

Anno di corso/Year Course: 5

Semestre/Semester: 1

CFU/UFC: 3

Moduli e docenti incaricati /Modules and lecturers:

- ECONOMIA E ORGANIZZAZIONE AZIENDALE (OPR192) - 3 cfu - ssd SECS-P/07

Prof. Antonio Pelliccia

3. testi di riferimento/BIBLIOGRAPHY

Testo consigliato. Management Odontoiatrico - Edizioni Acme

- Autore Prof. Antonio Pelliccia

4. obiettivi formativi/LEARNING OBJECTIVES

L'insegnamento ha lo scopo di far apprendere conoscenze, capacità e principi comportamentali relativi all'organizzazione relativi all'economia sanitaria ed all'organizzazione aziendale.

5. prerequisiti/prerequisites

È richiesta la formazione scolastica di base e la conoscenza delle materie scientifiche di base: chimica, fisica, e matematica.

6. metodi didattici/TEACHING METHODS

È necessario acquisire la conoscenza di nozioni teoriche di base anche attraverso esempi di casi di management per poter far sì che vi sia, da parte degli studenti, una comprensione della materia scientifica.

7. altre informazioni/OTHER INFORMATION

/

8. modalità di verifica dell'apprendimento/METHODS FOR VERIFYING LEARNING AND FOR EVALUATION

Esame orale.

La verifica dell'apprendimento e del conseguimento delle conoscenze e delle capacità di comprensione, avviene attraverso un esame orale.

9. programma esteso/program

Programma Corso Laurea Economia e Management in Odontoiatria

Come si formano le scelte e le decisioni dei pazienti Marketing emozionale, esperienziale e relazionale

I processi decisionali

Costruzione di un piano DI WEB marketing e Social Media Marketing applicato all'odontoiatria

Ottenere Lead Generation e quindi richieste di prime visite o richieste di informazioni

Gestire i flussi della Customer Experience dei nuovi pazienti Gestire i flussi di comunicazione

Social Media Marketing, Facebook, LinkedIn, Instagram,... You Tube, Web TV, Comunity, Blog e le attività di marketing personale

Principi generali di organizzazione aziendale I rapporti di libera professione

L'analisi del rischio di impresa per realizzare la crescita Fase di finanziamento della clinica odontoiatrica

Il capitale di rischio Il capitale di credito

Pianificazione degli investimenti

Le diverse forme di aggregazione nel settore odontoiatrico Come redistribuire i costi ed i ricavi tra i soci

Le diverse forme di aggregazione e svolgimento della professione nel settore odontoiatrico costituendo una Società L'organizzazione di un Team: metodologie a confronto

I meccanismi che generano la fiducia. La gestione degli incentivi

Accordi e contrattualistica con i collaboratori

La gestione della qualità: il TQM (Total Quality Management) Le finalità del calcolo dei costi.

La break even analysis

Il bilancio: aspetti civilistici e fiscali. Cenni

Le basi di riferimento nella determinazione del prezzo della prestazione

L'equilibrio monetario. L'autofinanziamento. La capacità di reddito

La pianificazione finanziaria

La determinazione del reddito di esercizio e del patrimonio Importanza della gestione del magazzino e dei consumi

I protocolli clinici e gli effetti sul management Quote di opportunità

Il listino delle prestazioni

Controllare i costi e analizzare i margini di profitti Controllare e analizzare la redditività e gli incassi Misurare economicamente la Qualità Percepita dai pazienti

Il listino delle prestazioni libero professionale e convenzionato Le convenzioni, analisi di marginalità

Marketing analitico Marketing strategico Marketing operativo Marketing motivazionale

Codice Etico Aziendale Manuale Front Office Manuale ASO Protocollo Prima Visita

Libretto di mantenimento della terapia

Tele videoconsulenza

La soluzione degli automatismi con le piattaforme informatiche di management “Virtual Manager”® e di marketing automation “CommunicActions”®