SCIENZE DEL MANAGEMENT SANITARIO (RJ0011)

1. lingua insegnamento/language

Italiano.

2. contenuti/course contents

Coordinatore/Coordinator: Prof. MANUELA CAVALLETTI
Anno di corso/Year Course: 2
Semestre/Semester: 1
CFU/UFC: 6
Moduli e docenti incaricati /Modules and lecturers:
- GESTIONE DELLE RISORSE UMANE (RJ0062) - 2 cfu - ssd SECS-P/10
Prof. Rossana Ranucci, Roberta Galluzzi
- ORGANIZZAZIONE AZIENDALE (RJ0060) - 1 cfu - ssd SECS-P/10
Prof. Manuela Cavalletti
- PSICOLOGIA DEL LAVORO E DELLE ORGANIZZAZIONI (RJ0059) - 1 cfu - ssd M-PSI/06
Prof. Isabella Imbimbo
- RICERCA OPERATIVA – METODOLOGIA RICERCA ORGANIZZATIVA (RJ0065) - 1 cfu - ssd MAT/09
Prof. Paolo Oppedisano
- SOCIOLOGIA GIURIDICA (RJ000006) - 1 cfu - ssd SPS/12
Prof. Luca Nutarelli

3. testi di riferimento/BIBLIOGRAPHY

Gestione delle risorse umane

Ccnl Personale Comparto Servizio Sanitario Nazionale 2019-2021
https://www.aranagenzia.it/
Materiale didattico fornito dal Docente

Organizzazione aziendale

Mintzberg, H., (2009) *Il lavoro manageriale* FrancoAngeli

Destrebecq, A., & Terzoni, S. (2007). *Management infermieristico*. Carocci Faber
Slide fornite dal docente
I testi indicati sono facoltativi e valgono come consultazione

Psicologia del lavoro e delle organizzazioni

- **https://www.inail.it/cs/internet/docs/allegato_la_gestione_dell_elemento_umano.pdf** (pag. 26 ad 80)
- **https://www.psicologoaziendale.com/wp-content/uploads/2019/07/Il-ruolo-delle-capacit%C3%A0-agentiche-nelle-intenzioni-di-turnover-del-personale-infermieristico.pdf**

Benessere individuale e organizzativo nei processi di cambiamento. Modello e strumenti di interventi
https://drive.google.com/file/d/1neQFxRk-IqHSikgJkGWhXXWp2upqj0mY/view

Ricerca operativa – metodologia ricerca organizzativa

Lo Zen e l'arte della manutenzione della motocicletta - Robert M. Pirsig
Le Piccole Grandi Cose - Tom Peters
Pensieri lenti e veloci - Libro di Daniel Kahneman
Lean Thinking – Come Creare Valore e Bandire gli Sprechi – Womack - Jones
Leadership e gestione del cambiamento. Abilità manageriali per ...Libro di Cesare Sansavini

Sociologia giuridica

Alle studentesse e agli studenti sarà messa a disposizione una dispensa con la presentazione proiettata durante il corso e le note del relatore.

Testo facoltativo: Philip Kotler, Il marketing secondo Kotler, Il Sole 24 Ore, 2011

4. obiettivi formativi/LEARNING OBJECTIVES

L'obiettivo del corso è quello di offrire la conoscenza degli elementi fondamenti del Diritto sindacale e del lavoro, la conoscenza dei principali istituti di parte normativa e di parte economica del rapporto di lavoro del personale dipendente delle aziende e degli enti del Servizio Sanitario Nazionale. Inoltre il modulo si propone di approfondire lo studio del comportamento degli individui e del funzionamento dei gruppi di lavoro nelle organizzazioni sanitarie. Gli obiettivi principali dell'insegnamento riguardano la conoscenza delle teorie relative al comportamento di individui e gruppi nelle organizzazioni., comprensione e applicazione, con autonomia di giudizio, dell'economia sanitaria, dei principali modelli teoretici, dell'organizzazione del lavoro, delle diverse funzioni di esercizio manageriale rispetto alla stesura e conduzione di programmi di valutazione della qualità dell'assistenza; illustrare i concetti di base delle organizzazioni sanitarie; la ricerca organizzativa come strumento di miglioramento della qualità e della sicurezza in sanità; i processi e la loro reingegnerizzazione; le «Organizzazioni ad Alta Affidabilità»; il «Fattore Umano» nelle Organizzazioni Sanitarie; la Resilienza nelle Organizzazioni Complesse.

Conoscenza e capacità di comprensione - Knowledge and understanding (Dublino 1)

Alla fine del corso lo studente sarà in grado di attribuire significati appropriati ai contenuti dell'insegnamento relativi a:

Illustrazione dei concetti di base delle organizzazioni sanitarie;

introduzione al marketing articolata sulle caratteristiche delle organizzazioni, delle professioni e dei marcati sanitari.

conoscenza delle problematiche inerenti alla domanda di prestazioni sanitarie

conoscenza dei principi base del marketing

modelli organizzativi emergenti in relazioni alle problematiche oggi esistenti

elementi costituenti del sistema informativo specifico professionale

elementi di valutazione e miglioramento della qualità in ambito sanitario

Conoscenza e capacità di comprensione applicate – Applying knowledge and understanding (Dublino 2)

Alla fine del corso lo studente sarà in grado, sulla base di conoscenze appropriate, di interpretare dati e informazioni, connesse a situazioni problematiche, relative a:

elementi costituenti i modelli di ricerca e organizzativi del lavoro basati anche su valutazioni qualitative e quantitative

Applicare le conoscenze nei contesti professionali e lavorativi sanitari.

Approfondire nuove conoscenze rispetto ai cambiamenti che caratterizzano oggi le organizzazioni sanitarie.

la conoscenza del mercato sanitario e l'applicazione del marketing al suo contesto specifico

La ricerca organizzativa come strumento di miglioramento della qualità e della sicurezza in sanità;

I processi e la loro reingegnerizzazione;

Autonomia di giudizio - Making judgements (Dublino 3)

Alla fine del corso lo studente sarà in grado di raccogliere e interpretare:

Sapere analizzare casi e problematiche legate al funzionamento di individui e gruppi nelle organizzazioni sanitarie.

sapere analizzare casi e problematiche di marketing strategico, tattico e operativo nei vari contesti del marcato sanitari

Abilità comunicative– Communication skills (Dublino 4)

Alla fine del corso lo studente sarà in grado di comunicare:

saper utilizzare modalità relazionali adeguate al contesto,

approfondire nuove conoscenze rispetto ai cambiamenti che caratterizzano le professioni, le organizzazioni e i mercati sanitari.

Capacità di apprendere– Learning skills (Dublino 5)

Alla fine del corso lo studente avrà acquisito una metodologia autonoma di analisi e saprà individuare le azioni necessarie di miglioramento. Sarà in grado di valutare in modo autonomo la qualità dell'assistenza valutando Il «Fattore Umano» nelle Organizzazioni Sanitarie; La Resilienza nelle Organizzazioni Complesse.

5. prerequisiti/prerequisites

Per la comprensione dei contenuti è necessario che lo studente abbia la conoscenza dei contenuti proposti nell'insegnamento SCIENZE GIURIDICHE ED ECONOMICHE, previsto nel primo anno di corso.

6. metodi didattici/TEACHING METHODS

La didattica del corso, in relazione agli obiettivi formativi, coniugati secondo i descrittori di Dublino, si articola in: lezioni teoriche frontali con proiezione di slide e con momenti di confronto e di discussione guidata; esercitazioni in aula, individuali e di gruppo su alcuni argomenti scelti dal docente.

7. altre informazioni/OTHER INFORMATIONS

Orario del ricevimento previo appuntamento condordato via mail: rossana.ranucci@policlinicogemelli.it

Orario del ricevimento previo appuntamento concordato via mail: manuela.cavalletti@policlinicogemelli.it

Ricevimento mediante videoconferenza previo appuntamento via mail: luca.nutarelli@unicatt.it

Orario del ricevimento lunedì ore 16 -17 previo appuntamento concordato via mail: isabella.imbimbo@unicatt.it

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

La votazione è espressa in trentesimi, il voto risulta dalla media ponderata tra le votazioni riportate nei cinque singoli moduli il cui superamento richiede una votazione minima di 18/30. La valutazione è volta ad accertare la solida e corretta conoscenza dei contenuti dei moduli del Corso. L'esame è scritto con dieci domande a scelta multipla; ad ogni risposta esatta è assegnato un punteggio di tre punti.

9. programma esteso/program

Gestione delle risorse umane

Elementi fondamenti del Diritto sindacale e del lavoro, principali istituti di parte normativa e di parte economica del rapporto di lavoro del personale dipendente delle aziende e degli enti del Servizio Sanitario Nazionale; principi giuridici e normativa contrattuale che informano la pratica gestionale.

Organizzazione aziendale

Crescita della popolazione, invecchiamento della popolazione, cambiamenti epidemiologici della popolazione, effetti transizione epidemiologica, gli orientamenti mondiali, europei e nazionali alla riorganizzazione. I modelli organizzativi, gli strumenti operativi, indici di complessità assistenziale, di continuità assistenziale di pianificazione della dimissione. I ruoli e la definizione delle competenze. I modelli assistenziali. Middle management. Valutazione del personale.

Psicologia del lavoro e delle organizzazioni

Studio di aspetti legati al comportamento di individui e gruppi nelle organizzazioni con approfondimento di valutazione dello stress lavoro correlato e analisi dei processi di cambiamento. Management Emotivo Capacità Agentiche e Capitale Psicologico.

Ricerca operativa – metodologia ricerca organizzativa

Organizzazione e approccio per processi. Elementi di un processo. Il processo sanitario. Gli indicatori come strumento di misura dei processi. Rappresentare un processo. Il percorso assistenziale del paziente. Perché

è iniziata la ricerca sulle organizzazioni? La sicurezza come determinante della qualità organizzativa. Innovazione organizzativa. Miglioramento continuo dei processi. Lo stato dell'arte della ricerca in ambito organizzativo. Gli errori in ambito sanitario e la cultura dell"apprendere dall'errore. Complessità organizzativa. La comunicazione. Approccio integrato. Innovazione tecnologica e innovazione organizzativa . La gestione del cambiamento. La creatività indirizzata. La resilienza in ambito sanitario. Organizzazioni ad alta affidabilità: L'esempio dell'aeronautica. La gestione degli eventi inattesi.

Sociologia giuridica

Che cos'è il marketing**.** Il mercato sanitario**.** Le aziende sanitarie e la loro specificità**.** Il marketing strategico in ambito sanitario (bisogni, ricerca, segmentazione, target, posizionamento, marca)**.** I marketing tattico in ambito sanitario (prodotto, prezzo, distribuzione, promozione)**.** Il marketing operativo in ambito sanitario (piano di marketing).

Human resources management

Fundamental elements of trade union and labor law, main institutes of the normative part and of the economic part of the employment relationship of the employees of the companies and bodies of the National Health Service; legal principles and contractual regulations that inform management practice.

Business organization

Population growth, population ageing, population epidemiological changes, epidemiological transition effects, global, European and national guidelines for reorganisation. Organizational models, operational tools, indices of care complexity, continuity of care and discharge planning. Roles and definition of competencies. care models. Intermediate management. Staff evaluation.

Psychology of work and organizations

Study of aspects related to the behavior of individuals and groups in organizations with in-depth evaluation of work-related stress and analysis of change processes. Emotional Management Agentic Capacity and Psychological Capital.

Operations research – organizational research methodology

Organization and process approach. Elements of a process. The healthcare process. Indicators as a process measurement tool. Represent a process. The patient care pathway. Why did research on organizations begin? Safety as a determinant of organizational quality. Organizational innovation. Continuous improvement of processes. The state of the art of organizational research. Errors in healthcare and the culture of learning from mistakes. organizational complexity. The comunication. Integrated approach. Technological innovation and organizational innovation. Change management. Directed creativity. Resilience in healthcare. Highly Reliable Organizations: The example of aeronautics. Management of unexpected events.

Legal sociology

What is marketing. The healthcare market. Healthcare companies and their specificity. Strategic marketing in the health sector (needs, research, segmentation, target, positioning, brand). tactical marketing in the health sector (product, price, distribution, promotion). Operational marketing in the health sector (marketing plan).