Warszawa, 06 czerwca 2024

Informacja prasowa

**Synergia nauki, zdrowia i rozwoju. Eksperci Wydziału Zarządzania UW o wyzwaniach w branży farmaceutycznej**

**Co o lekach biologicznych muszą wiedzieć farmaceuci, jak „reklamować” produkty farmaceutyczne, kiedy zastosowanie leku w trybie off-label jest zasadne i jak można sklasyfikować konsumentów odwiedzających apteki - to tylko kilka zagadnień poruszonych w trakcie konferencji Medycyna, Farmacja i Biznes - Synergia Nauki, Zdrowia i Rozwoju, zorganizowanej przez Wydział Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego.**

Rynek farmaceutyczny przechodzi na przestrzeni ostatnich lat dynamiczne zmiany, napędzane postępami w nauce, zmieniającymi się potrzebami zdrowotnymi oraz ewolucją biznesowych strategii. Innowacje w badaniach i rozwoju, starzejąca się populacja oraz nowe regulacje kształtują przyszłość tej fascynującej branży. Medycyna i biznes to kluczowe sfery dla dobrego funkcjonowania i rozwoju społeczeństwa. W dzisiejszych czasach, nauka i przedsiębiorczość są ściśle powiązane, a budowanie mostów między nimi, dzielenie się pomysłami, wiedzą i zasobami, jest niezbędne dla postępu. Tematyka ta była głównym punktem dyskusji podczas konferencji „Medycyna, Farmacja i Biznes – Synergia Nauki, Zdrowia i Rozwoju”, która odbyła się na Wydziale Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego.

*„Panel poświęcony ewolucji zachowań konsumenckich w aptekach pokazuje, jak wiele osób dziś aktywnie i świadomie poszukuje rozwiązań, które pozwolą żyć dłużej w zdrowiu. Z przeprowadzonych badań wynika, że możemy podzielić Polaków na lojalnych pacjentów, zdrowych konsumpcyjnych entuzjastów i pragmatycznych chorych. To ciekawe dane, ponieważ pokazują one nasze podejście do dobrostanu zdrowotnego, ale też perspektywę rozwoju rynku farmaceutycznego i zapotrzebowanie konsumentów. Dzięki prelekcji poświęconej reklamie, mogliśmy natomiast zgłębić zagadnienia prawne związane z tą dziedziną. Zdrowie ludzi, rozwój nauki i możliwości komercjalizacji są dziś w synergii jak nigdy wcześniej”* - mówi dr hab. Monika Skorek, prof. UW, Prodziekan Wydziału Zarządzania UW i kierownik studiów podyplomowych Marketing Produktów Farmaceutycznych.

**Farmacja nowej generacji**

Pierwszy panel tematyczny, prowadzony przez dr n. farm. Annę Kowalczuk, zatytułowany „Farmacja nowej generacji oraz doskonałość w zarządzaniu – ludzie, marka własna, projekty naukowe”, obejmował tematy związane z project managementem i promocją marki własnej w kontekście pracy naukowej. Uczestnicy mieli okazję dowiedzieć się o najnowszych lekach nowej generacji oraz o metodach zarządzania projektami naukowymi.

**Wyzwania okresu przejściowego**

Druga część wydarzenia, „Wyzwania okresu przejściowego dla producentów wyrobów medycznych wg rozporządzeń MDR i IVDR”, skoncentrowała się na regulacjach prawnych dotyczących wyrobów medycznych. Dyskusje dotyczyły nowych wymogów i wyzwań, przed którymi stoją producenci w obliczu nowych regulacji.

**Profesjonalna apteka**

W panelu „Profesjonalna Apteka: aspekty prawne, psychologiczne i konsumenckie” zaprezentowane zostały wyniki badań dotyczących zachowań klientów aptek. Omówiono również innowacyjne narzędzia marketingowe, które znajdują zastosowanie na rynku farmaceutycznym, wpływając na interakcje z klientami i poprawę jakości świadczonych usług.

**Ewolucja opieki zdrowotnej**

Konferencję zamknął panel zatytułowany „Ewolucja opieki zdrowotnej - finanse, przekształcenia, świadczenie usług zdrowotnych” prowadzony przez prof. dr hab. n. med. Józefa Haczyńskiego. Dyskusje dotyczyły zmian w finansowaniu opieki zdrowotnej, przekształceń organizacyjnych oraz przyszłości świadczenia usług zdrowotnych.

*„Wydział Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego już od 20 lat zajmuje się kształceniem kadry zarządczej z sektora ochrony zdrowia oraz rynku farmaceutycznego. Teraz chcemy jeszcze mocniej zaangażować się w takie obszary jak medycyna, farmacja i biznes. Nasza konferencja obfitowała w tematy dotyczące farmacji nowej generacji, wyzwań dla producentów wyrobów medycznych oraz ewolucji opieki zdrowotnej, jednak jest to tylko przedsmak tego, z czym w toku studiów podyplomowych - Marketing Produktów Farmaceutycznych, będą mieli styczność studenci. Przygotowany przez nas roczny program studiów gwarantuje solidną wiedzę i otwiera liczne możliwości na rynku pracy, dając absolwentom przewagę konkurencyjną”* - mówi prof. dr hab. Grzegorz Karasiewicz, Dziekan Wydziału Zarządzania UW.

**Marketing produktów farmaceutycznych na WZ UW**

Przyszłość rynku farmaceutycznego będzie kształtowana przez dalszy rozwój innowacyjnych terapii oraz zapewnienie ich dostępności i przystępności cenowej na całym świecie. Kluczowym elementem będzie współpraca między sektorem publicznym a prywatnym, która pozwoli skutecznie stawić czoła wyzwaniom stojącym przed tą branżą. Odpowiedzią na potrzeby biznesowe jest nowy kierunek studiów podyplomowych na Wydziale Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego - Marketing Produktów Farmaceutycznych. Program rozwija umiejętności marketingowe studentów, oferując najwyższy poziom wiedzy zgodny z realiami polskiego rynku.

Po ukończeniu kierunku, absolwenci mają wiele możliwości zatrudnienia w różnych sektorach rynku farmaceutycznego i branżach pokrewnych. Mogą realizować się w koncernach farmaceutycznych w działach marketingu i sprzedaży, tworząc i realizując strategie marketingowe. W pionach badań i rozwoju (R&D) mogą współpracować przy badaniach nad nowymi lekami i promocji innowacyjnych rozwiązań. Praca w agencjach marketingowych i PR specjalizujących się w farmacji oferuje możliwości tworzenia kampanii marketingowych, brandingu i komunikacji PR, a także zarządzania kampaniami online, mediami społecznościowymi, SEO/SEM oraz content marketingiem. W hurtowniach farmaceutycznych i firmach dystrybucyjnych, absolwenci mogą zajmować się planowaniem i realizacją strategii sprzedażowych, współpracą z aptekami i szpitalami.

Apteki i sieci apteczne również oferują możliwości w zakresie marketingu lokalnego, tworzenia kampanii promocyjnych i zarządzania relacjami z klientami, a także w optymalizacji asortymentu i promowaniu produktów OTC. Organizacje ochrony zdrowia, takie jak instytuty badawcze i jednostki naukowe, oferują współpracę przy projektach badawczo-rozwojowych i marketingu naukowym, a organizacje pozarządowe zajmują się promocją zdrowia i kampaniami edukacyjnymi.

Absolwenci mogą również znaleźć pracę w startupach i innowacyjnych projektach, na przykład w firmach biotechnologicznych wprowadzających nowe produkty na rynek, czy w telemedycynie, zajmując się marketingiem usług zdrowotnych online. Możliwości są nieograniczone, a stale rozwijająca się branża farmaceutyczna wciąż potrzebuje ekspertów z aktualną i ugruntowaną wiedzą.

\*\*\*

Wydział Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego (WZ UW) to najstarszy wydział zarządzania w Polsce i najstarsza w Europie Środkowo-Wschodniej jednostka kształcąca w zakresie zarządzania. WZ UW powstał w 1972 r. Od 1991 r. WZ UW prowadzi prestiżowy program studiów EMBA, od 2007 r. nieprzerwanie otrzymuje prestiżową akredytację AMBA. W 2017 r. WZ UW otrzymał akredytację EQUIS – jedną z 3 najważniejszych akredytacji dla uczelni biznesowych na świecie. W 2022 r. WZ otrzymał akredytację AACSB i tym samym zdobywa tzw. „trzy korony” – trzy najważniejsze międzynarodowe akredytacje. Wydział Zarządzania posiada 5 na 5 tzw. palmes of excellence przyznawanych najlepszym uczelniom i wydziałom biznesowym na świecie.

Wydział Zarządzania UW jest dumnym przedstawicielem polskiej edukacji biznesowej na arenie międzynarodowej i kontynuuje swoją misję formowania przyszłych liderów biznesu, gotowych na wyzwania globalnego rynku. WZ UW aktywnie angażuje się we współpracę z biznesem, partnerem wydziału są m.in.: Bank Millennium, Santander Bank, PwC, Henkel, KPMG, Mars, P&G, Bank Pekao, Schneider Electric, L’Oréal, Alior Bank, Makro, Sii.

Więcej szczegółów na temat działalności wydziału:

Strona internetowa: <https://wz.uw.edu.pl/>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/school/wydzial-zarzadzania-uniwersytet-warszawski/>

Kontakt dla mediów:

Elżbieta Pełka

e-mail: [elzbieta.pelka@pelkaipartnerzy.pl](mailto:elzbieta.pelka@pelkaipartnerzy.pl)

tel.: (+48) 604 276 688