

Mastère Spécialisé
Gestion d'Entreprise
Pharma Biotech



Mastère Spécialisé Gestion d'Entreprise Pharma Biotech

- » Modalité : en ligne
- » Durée : 12 mois
- » Diplôme : TECH Université Technologique
- » Horaires: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Accès au site web: www.techtitute.com/fr/medecine/master/master-gestion-entreprise-pharma-biotech

Sommaire

01

Présentation

page 4

02

Objectifs

page 8

03

Compétences

page 14

04

Direction de la formation

page 18

05

Structure et contenu

page 22

06

Méthodologie

page 36

07

Diplôme

page 44

01

Présentation

La gestion d'entreprise dans le domaine de la *Pharma Biotech* implique de faire face à des défis uniques en raison de la nature réglementée et hautement compétitive de l'industrie pharmaceutique et biotechnologique. Le progrès continu des connaissances scientifiques, l'innovation technologique et l'évolution constante des réglementations ont entraîné la nécessité pour les acteurs clés de ce secteur de se tenir à jour. C'est pour cette raison que TECH a créé ce diplôme, qui fournit au docteur des concepts de pointe dans ces domaines, ainsi que des compétences élevées en matière d'organisation et de finances pour gérer une entreprise de manière optimale. En outre, ce programme est enseigné dans un format 100 % en ligne, ce qui permet aux étudiants d'étudier d'une manière adaptée à leurs besoins personnels et professionnels.





“

Ce Mastère Spécialisé vous permettra d'intégrer les concepts les plus récents dans votre pratique professionnelle lors de l'élaboration d'un Business Plan"

La Gestion d'Entreprise *Pharma Biotech* joue un rôle essentiel dans le domaine médical en fournissant une gestion stratégique efficace et efficiente aux entreprises de l'industrie pharmaceutique et biotechnologique. Son importance réside dans sa capacité à guider et à prendre des décisions éclairées dans un environnement hautement réglementé et concurrentiel. Elle stimule ainsi la recherche et le développement de nouveaux médicaments et de thérapies innovantes, ce qui contribue au progrès de la Médecine et à l'amélioration de la qualité de vie des citoyens. Pour mener à bien toutes ces actions, les cadres supérieurs de ces entreprises doivent posséder des compétences organisationnelles élevées et des connaissances cliniques de pointe.

C'est dans cette optique que TECH a créé ce Mastère Spécialisé, qui offre aux médecins une excellente mise à jour dans le domaine de la Gestion d'Entreprise *Pharma Biotech*. Pendant 12 mois d'études intensives, l'étudiant approfondira les stratégies de pointe pour établir l'analyse de l'environnement et de la concurrence ou les méthodes de planification budgétaire pour les entreprises de l'industrie pharmaceutique et biotechnologique. Il apprendra également à élaborer un plan d'affaires pour une entreprise du secteur.

Tout cela sans que le médecin ne doive renoncer à ses responsabilités personnelles et professionnelles habituelles, puisque ce programme est proposé dans un format innovant 100 % en ligne. De même, le matériel multimédia sera disponible dans une bibliothèque virtuelle, à laquelle il est possible d'accéder à tout moment et en tout lieu, puisqu'il suffit de disposer d'un appareil doté d'une connexion Internet. En outre, la grande variété de formats multimédias proposés préservera un enseignement agréable, individualisé et résolu.

Ce **Mastère Spécialisé en Gestion d'Entreprise Pharma Biotech** contient le programme scientifique le plus complet et le plus actuel du marché. Ses principales caractéristiques sont:

- ♦ Le développement d'études de cas présentées par des spécialistes en *Pharma Biotech*
- ♦ Les contenus graphiques, schématiques et éminemment pratiques avec lesquels ils sont conçus fournissent des informations scientifiques et concrètes essentielles à la pratique professionnelle
- ♦ Des exercices pratiques où le processus d'auto-évaluation est utilisé pour améliorer l'apprentissage
- ♦ Il met l'accent sur les méthodologies innovantes
- ♦ Des cours théoriques, des questions à l'expert, des forums de discussion sur des sujets controversés et un travail de réflexion individuel
- ♦ La possibilité d'accéder aux contenus depuis tout appareil fixe ou portable doté d'une connexion à internet



Ce diplôme vous permettra d'approfondir les stratégies les plus pointues pour diriger des équipes dans l'industrie pharmaceutique"

“

Grâce au mode 100% en ligne, ce programme de remise à niveau vous permettra d'étudier de n'importe où, à n'importe quelle heure de la journée"

Le corps enseignant de ce programme comprend des professionnels du secteur qui apportent à cette formation leur expérience professionnelle ainsi que des spécialistes reconnus de grandes sociétés et d'universités prestigieuses.

Son contenu multimédia, développé avec les dernières technologies éducatives, permettra au professionnel d'apprendre de manière située et contextuelle, c'est-à-dire dans un environnement simulé qui fournira une formation immersive programmée pour s'entraîner dans des situations réelles.

La conception de ce programme est basée sur l'Apprentissage par Problèmes. Ainsi l'étudiant devra essayer de résoudre les différentes situations de pratique professionnelle qui lui seront présentées tout au long du programme. Pour ce faire, l'étudiant sera assisté d'un innovant système de vidéos interactives, créé par des experts reconnus.

Vous vous familiariserez avec la gestion des entreprises de biotechnologie grâce à l'expérience professionnelle des plus grands spécialistes de ce domaine de la santé.

Tout au long de ce diplôme, vous étudierez en profondeur les stratégies les plus avancées pour intégrer de nouveaux médicaments sur le marché.



02 Objectifs

L'objectif de ce diplôme est de fournir aux docteurs les outils qui leur permettront d'acquérir les connaissances et les compétences nécessaires pour réussir dans le domaine de la gestion pharmaceutique et biotechnologique. Ils pourront ainsi exercer des fonctions clés dans des domaines essentiels tels que l'exploration et le développement de produits pharmaceutiques ou leur production et leur fabrication.





“

Vous adopterez les connaissances les plus récentes en matière de gestion numérique de la santé dans votre pratique quotidienne”



Objectifs généraux

- ♦ Acquérir des connaissances sur l'histoire de la Gestion stratégique
- ♦ Classer les différentes définitions au fil du temps
- ♦ Évaluer l'efficacité financière
- ♦ Optimiser la gestion du fonds de roulement
- ♦ Comprendre les différents types de systèmes de soins de santé, tels que le système public, privé, d'assurance privée et de soins contractuels
- ♦ Évaluer les besoins non satisfaits des patients et la gestion de la chronicité
- ♦ Comprendre ce qu'est l'Accès au Marché et comment le besoin de cette fonction se fait sentir dans l'industrie pharmaceutique
- ♦ Comprendre la structure, l'organisation et les fonctions du Système National de Santé
- ♦ Approfondir les étapes à suivre pour planifier l'accès au marché d'un nouveau médicament
- ♦ Passer en revue les points qui doivent être analysés dans une phase préalable à l'élaboration du plan d'accès afin de comprendre l'environnement et les concurrents
- ♦ Comprendre les capacités et l'éthique du Coach
- ♦ Comprendre l'essence du Coaching et son orientation vers l'apprentissage
- ♦ Acquérir une connaissance de base des concepts fondamentaux du leadership et de leur application dans l'industrie pharmaceutique
- ♦ Comprendre et classer les théories du leadership, en explorant le processus de leadership et les différents styles et modèles existants
- ♦ Obtenir un outil efficace pour obtenir des résultats
- ♦ Définir des propositions de valeur uniques et différenciées





Objectifs spécifiques

Module 1. Gestion Stratégique dans l'Industrie Pharmaceutique et Biotechnologique

- ♦ Acquérir des connaissances sur l'histoire de la Gestion stratégique
- ♦ Classer les différentes définitions au fil du temps
- ♦ Approfondir les niveaux de gestion stratégique
- ♦ Comprendre les 6 types de création de valeur dans l'entreprise, en utilisant des exemples du secteur
- ♦ Evaluer la performance de l'entreprise
- ♦ Analyser l'environnement VUCA
- ♦ Appliquer l'analyse PESTEL et l'analyse des 5 forces de Porter
- ♦ Effectuer une analyse SWOT
- ♦ Effectuer une analyse de la Chaîne de Valeur
- ♦ Analyser les ressources et les compétences de l'entreprise

Module 2. Marketing en *Pharma Biotech*

- ♦ Comprendre l'utilité de la segmentation du marché et les niveaux d'approximation
- ♦ Faire la différence entre les marchés de consommateurs finaux et la segmentation basée sur les caractéristiques
- ♦ Élaborer des stratégies de marketing en fonction de la segmentation effectuée
- ♦ Comprendre l'importance du prépositionnement afin d'obtenir un avantage concurrentiel
- ♦ Élaborer des stratégies de différenciation et de positionnement pour atteindre les objectifs de l'entreprise
- ♦ Comprendre la pertinence de l'information et des ressources dans la sphère commerciale
- ♦ Connaître les sources d'information et les techniques d'études de marché
- ♦ Utiliser les outils de conception d'enquêtes et d'analyse de données

Module 3. Contrôle, Opérations et Finances

- ♦ Évaluer l'efficacité financière
- ♦ Optimiser la gestion du fonds de roulement
- ♦ Analyser et gérer les risques financiers
- ♦ Améliorer la planification et la budgétisation
- ♦ Optimiser la chaîne d'approvisionnement
- ♦ Assurer la conformité réglementaire

Module 4. Gestion de la santé numérique : innovation Technologique dans le Secteur de la Santé

- ♦ Comprendre les différents types de systèmes de soins de santé, tels que le système public, privé, d'assurance privée et de soins contractuels
- ♦ Évaluer les besoins non satisfaits des patients et la gestion de la chronicité
- ♦ Comprendre les différents types de systèmes de soins de santé, tels que le système public, l'assurance privée/privée et les soins de santé subventionnés
- ♦ Comprendre la relation professionnel-patient et les droits et devoirs de chacun
- ♦ Analyser les défis posés par la pression sur les soins et la gestion des coûts sur la base de principes éthiques
- ♦ Définir les compétences et les attitudes nécessaires pour être un manager professionnel efficace
- ♦ Explorer le leadership et la gestion du climat émotionnel et des conflits de travail
- ♦ Utiliser le chronométrage comme outil de gestion efficace
- ♦ Analyser les dépenses de santé et les résultats ainsi que les processus d'amélioration, d'innovation et de transformation
- ♦ Évaluer l'utilisation des indicateurs, benchmarking, lignes directrices cliniques, de l'ODE, des plaintes et de la pharmacovigilance dans la qualité des soins de santé

Module 5. Accès au marché (*market access*) (1). Organisation et Processus

- ♦ Comprendre ce qu'est l'Accès au Marché et comment le besoin de cette fonction se fait sentir dans l'industrie pharmaceutique
- ♦ Comprendre la structure, l'organisation et les fonctions du Système National de Santé
- ♦ Analyser les agences nationales et internationales d'évaluation des technologies de la santé
- ♦ Identifier les agences qui évaluent les nouveaux médicaments, les décideurs et les personnes influentes
- ♦ Décrire le processus de demande de prix et de remboursement
- ♦ Différencier les processus d'accès aux médicaments hospitaliers de ceux délivrés par les pharmacies de rue
- ♦ Se familiariser avec les systèmes de financement traditionnels et innovants
- ♦ Se familiariser avec les profils professionnels assignés au département d'accès
- ♦ Analyser l'interaction des professionnels de l'Accès au Marché avec les autres départements de l'industrie pharmaceutique
- ♦ Examiner les dernières tendances en matière d'évaluation des médicaments (Analyse Multicritères) et d'achat de médicaments

Module 6. Accès au marché (*market access*) (2). Outils et Stratégie

- ♦ Approfondir les étapes à suivre pour planifier l'accès au marché d'un nouveau médicament
- ♦ Passer en revue les points qui doivent être analysés dans une phase préalable à l'élaboration du plan d'accès afin de comprendre l'environnement et les concurrents
- ♦ Connaître et segmenter les payeurs
- ♦ Développer une stratégie et des plans d'accès au marché, en précisant le calendrier et les rôles impliqués
- ♦ Savoir comment gérer l'approche des autorités sanitaires pour les médicaments hospitaliers et les médicaments de la rue

- ♦ Connaître les exigences relatives à la demande de financement de médicaments : documents officiels et supplémentaires
- ♦ Se familiariser avec les documents et les outils qui soutiennent la valeur du médicament et qui seront essentiels dans la négociation du prix et du remboursement avec les autorités de santé, et dans l'accès régional et local qui s'ensuit
- ♦ Approfondir les éléments du dossier de valeur d'un médicament
- ♦ Identifier la valeur clinique d'un médicament, la valeur perçue par le patient et l'aspect économique
- ♦ Se familiariser avec les concepts clés de la pharmacéconomie
- ♦ Approfondir l'analyse économique d'un médicament, en différenciant les évaluations économiques partielles et complètes

Module 7. Coaching Intégral en *Pharma Biotech*

- ♦ Comprendre les capacités et l'éthique du Coach
- ♦ Comprendre l'essence du Coaching et son orientation vers l'apprentissage
- ♦ Connaître les contributions du Coaching Nord-américain, Humaniste-européen et Ontologique
- ♦ Évaluer la situation actuelle du client, ses faiblesses et ses objectifs
- ♦ Utiliser des outils tels que la "Roue de la Vie Professionnelle" pour comprendre la situation actuelle
- ♦ Définir les buts, la vision et les objectifs au niveau individuel et au niveau de l'équipe
- ♦ Explorer des modèles tels que GROW, la méthodologie SMART et la Méthode Merlin
- ♦ Utiliser des exemples tels que le Mandala pour visualiser la situation idéale de l'équipe
- ♦ Comprendre les modèles mentaux et leur importance dans les équipes saines
- ♦ Observer, distinguer et analyser les croyances, les jugements, les faits et les opinions

Module 8. Le Département Médical

- ♦ Comprendre le rôle et l'objectif du département médical
- ♦ Analyser la structure globale du service médical et de l'équipe qui le compose
- ♦ Explorer les principales activités du département médical
- ♦ Collaborer avec d'autres secteurs de l'entreprise
- ♦ Explorer les défis et les tendances actuels
- ♦ Comprendre l'objectif des essais cliniques
- ♦ Analyser les types d'essais cliniques
- ♦ Explorer les phases des essais cliniques
- ♦ Définir l'objectif de chaque phase
- ♦ Planifier et concevoir des essais cliniques
- ♦ Comprendre les aspects éthiques et réglementaires des essais cliniques
- ♦ Approfondir la sélection de l'échantillon et la taille de l'échantillon
- ♦ Recueillir et analyser les données
- ♦ Définir les rôles et les responsabilités des différents participants aux essais cliniques
- ♦ Explorer la randomisation et les types d'aveuglement
- ♦ Analyser les données et interpréter les résultats
- ♦ Concevoir des protocoles
- ♦ Élaborer une Fiche de consentement éclairé et d'information du patient
- ♦ Comprendre l'objectif du suivi dans les essais cliniques
- ♦ Définir les responsabilités et les rôles du moniteur d'essai clinique

Module 9. Leadership d'Équipe en Pharma

- ♦ Acquérir une connaissance de base des concepts fondamentaux du leadership et de leur application dans l'industrie pharmaceutique
- ♦ Comprendre et classer les théories du leadership, en explorant le processus de leadership et les différents styles et modèles existants
- ♦ Approfondir le développement des compétences de leadership nécessaires pour gérer efficacement les équipes

- ♦ Apprendre les stratégies d'organisation et de gestion du temps pour optimiser la productivité de l'équipe
- ♦ Apprendre à planifier et à établir des objectifs clairs et mesurables pour l'équipe, et évaluer efficacement ses performances
- ♦ Approfondir les compétences en matière de gestion d'équipe, y compris la motivation, la communication efficace et la résolution des conflits
- ♦ Développer des compétences de prise de décision basées sur l'évaluation des options et la prise en compte de différents facteurs
- ♦ Apprendre des stratégies de négociation et des techniques de gestion des conflits au sein de l'équipe
- ♦ Comprendre l'importance du développement personnel et professionnel des membres de l'équipe et son impact sur la réussite globale du projet
- ♦ Appliquer les connaissances acquises pour travailler à la réalisation d'un objectif commun à travers le développement d'un projet spécifique

Module 10. Le Business Plan sur le Territoire

- ♦ Obtenir un outil efficace pour obtenir des résultats
- ♦ Définir des propositions de valeur uniques et différenciées
- ♦ Fournir des solutions réelles à vos clients
- ♦ Fixer les objectifs et les moyens de les atteindre
- ♦ Obtenir toutes les informations nécessaires pour définir un plan
- ♦ Réaliser une croissance des ventes
- ♦ Ouvrir de nouveaux marchés
- ♦ Comprendre le fonctionnement de notre marché et vous donner les outils pour y faire face
- ♦ Rechercher et satisfaire les besoins des clients
- ♦ Évaluer la concurrence

03

Compétences

Le programme offrira aux médecins une occasion unique d'acquérir des compétences essentielles qui leur permettront de réussir dans l'industrie pharmaceutique et biotechnologique. Les professionnels qui suivront ce programme acquerront des connaissances scientifiques et techniques de pointe et une compréhension approfondie des nouvelles réglementations en matière de développement de médicaments. Ils seront ainsi préparés à relever les défis et à tirer parti des possibilités offertes par ce secteur en constante expansion.



“

*Positionnez-vous en tant que
médecin de pointe grâce aux
dernières tendances en matière
de Marketing Pharma Biotech”*



Compétences générales

- ♦ Comprendre l'importance de l'Éthique des Affaires
- ♦ Évaluer la durabilité environnementale dans le contexte de l'entreprise
- ♦ Optimiser la chaîne d'approvisionnement
- ♦ Assurer la conformité réglementaire
- ♦ Évaluer les aspects du code d'éthique, tels que la relation médecin-patient, la qualité des soins médicaux, le secret professionnel, l'objection scientifique, les relations entre les médecins et la publicité médicale
- ♦ Analyser l'interaction des professionnels de l'Accès au Marché avec les autres départements de l'industrie pharmaceutique
- ♦ Examiner les dernières tendances en matière d'évaluation des médicaments (Analyse Multicritères) et d'achat de médicaments
- ♦ Approfondir l'analyse économique d'un médicament, en différenciant les évaluations économiques partielles et complètes
- ♦ Comprendre les phases du plan d'action : accompagnement, suivi et engagement
- ♦ Elaborer des plans d'action individuels avec les membres de l'équipe





Compétences spécifiques

- ♦ Comprendre l'importance du développement personnel et professionnel des membres de l'équipe et son impact sur la réussite globale du projet
- ♦ Appliquer les connaissances acquises pour travailler à la réalisation d'un objectif commun à travers le développement d'un projet spécifique
- ♦ Définir des stratégies de révision du plan
- ♦ Établir des indicateurs objectifs de réalisation du plan

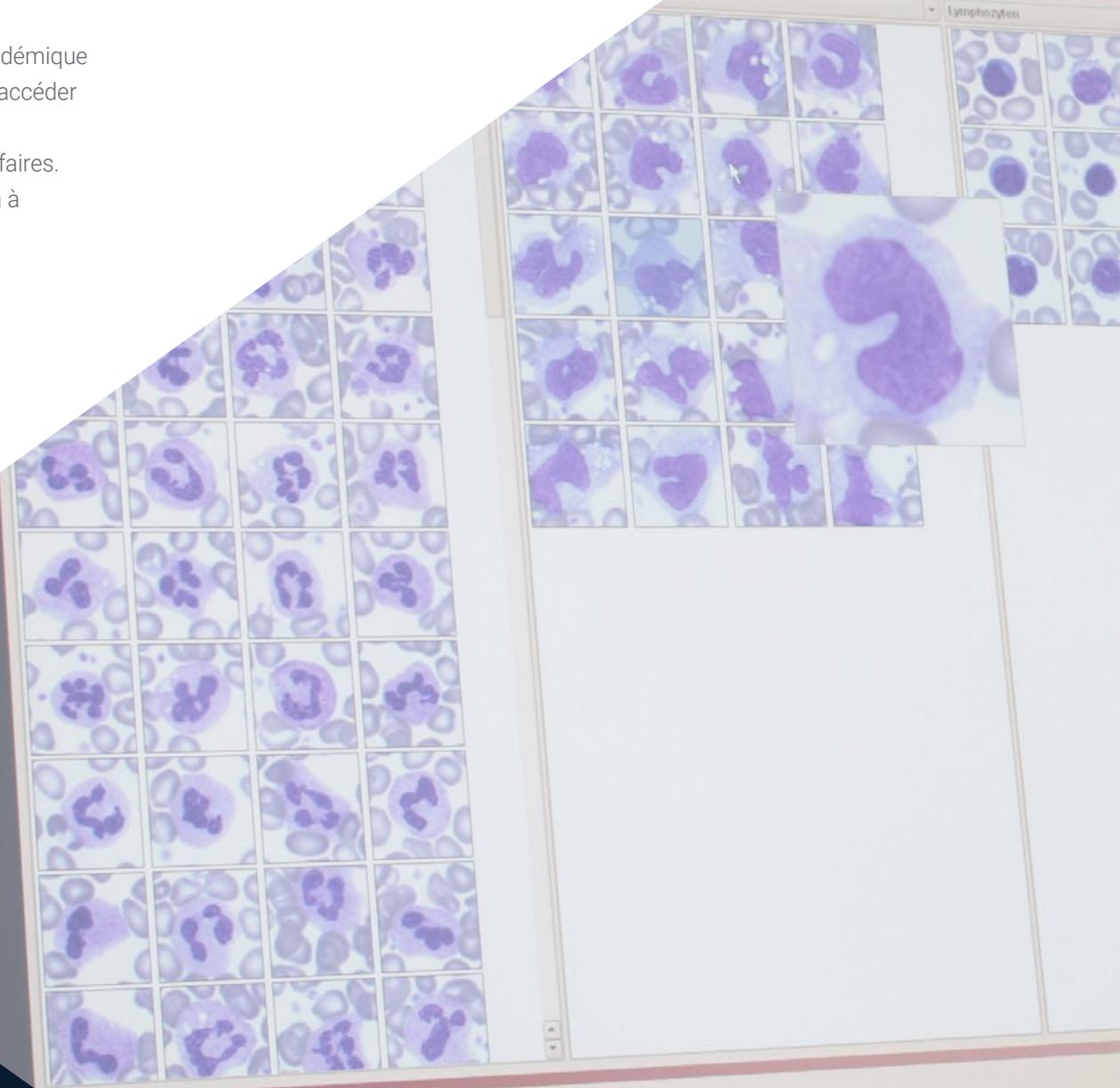
“

En seulement 12 mois, mettez à jour et enrichissez vos compétences en coaching intégral et appliquez-les à l'industrie Pharma Biotech”

04

Direction de la formation

Afin d'offrir un apprentissage de haute qualité, TECH a recruté une équipe académique exceptionnelle pour ce programme. Les étudiants auront ainsi la possibilité d'accéder à un enseignement dispensé par des experts reconnus possédant une vaste expérience de l'industrie pharmaceutique, de la Médecine et du monde des affaires. Les participants recevront ainsi une qualification d'excellence qui les motivera à exceller et à progresser rapidement dans leur carrière professionnelle.





“

Restez au courant de la gestion stratégique de Pharma Biotech avec des experts dans ce domaine, qui appliquent leurs connaissances dans les principales institutions du secteur”

Direction



M. Cardenal Otero, César

- ♦ Cadre Pharmaco-médical chez Amgen
- ♦ Auteur du livre " Communication de la Marque Personnelle à travers les Médias Sociaux par les Professionnels de la Santé "
- ♦ Licence en Marketing de l'Université Prifysgol Cymru, Pays de Galles
- ♦ Distinction dans le cours *Inspiring Leadership through Emotional Intelligence* de l'Université Case Western Reserve
- ♦ Diplôme de Troisième Cycle en Gestion et Santé de l'Industrie Pharmaceutique de l'Université Européenne
- ♦ Master en Gestion des PME de l'École Polytechnique de Gestion
- ♦ Spécialisation en Marketing des Médias Sociaux à la *Northwestern University*
- ♦ Diplôme en Commerce International et Transport de l'Université de Cantabrie
- ♦ Diplôme en Etudes Commerciales de l'Université de Cantabrie

Professeurs

M. Cobo Sainz, Manuel

- ♦ Gestionnaire de comptes Clés chez Bayer
- ♦ KAM Champions chez Bayer
- ♦ Licence en Administration et Gestion des Entreprises du Centre Universitaire de Cesine, Université du Pays de Galles
- ♦ Cours d'Expert en Coaching à l'ECOI
- ♦ Executive MBA de Cesine
- ♦ Master en Marketing et Gestion Commerciale de l'ESIC

Mme Pascual Alfonso, Eva

- ♦ *Medical Advisor Senior* chez AMGEN
- ♦ Licence en Pharmacie de l'Université Complutense de Madrid
- ♦ Spécialisation en Méthodologie et Gestion des Essais Cliniques et Enregistrement des Médicaments par l'Association Espagnole des Pharmaciens de l'Industrie (AEFI)
- ♦ MBA en Gestion et Direction de l'Industrie Pharmaceutique de l'Université d'Alcalá de Henares

Mme Armesto Alonso, Susana

- ♦ Médecin à l'Hôpital Universitaire Marqués de Valdecilla
- ♦ Présidente de la Société de Dermatologie Astur-Cantabrique-Castellano-Léonaise
- ♦ Coautrice du livre Évaluation Économique de la Médecine Hyperbare Hospitalière
- ♦ Licenciée en Médecine et Chirurgie de l'Université de Salamanque
- ♦ Docteur en Dermatologie de l'Université d'Oviedo
- ♦ Master en Gestion de Santé
- ♦ Membre de : Conseil d'Administration de l'AEDV

Mme Restovic, Gabriela

- ♦ Évaluatrice des technologies de la santé dans le secteur public pour le Département de l'Innovation de l'Hôpital Clinique de Barcelone
- ♦ Directrice associée de *Market Acess* chez Novocure
- ♦ Économiste de l'Université Catholique du Chili
- ♦ Master en Economie Appliquée à l'Université Pompeu Fabra de Barcelone
- ♦ Programme de Gestion des *Healthcare Government Affairs* à l'EADA, Ecole de Commerce de Barcelone
- ♦ Enseignante Adjointe de Programmes Académiques au Service de sa spécialité

M. Rojas Palacio, Fernando

- ♦ Fondateur et PDG de Navandu Technologies
- ♦ Fondateur du Cabinet de Conseil international Brigital Health
- ♦ Expert en Big Data et en Analyse des Réseaux Sociaux du MIT
- ♦ Programme de Gestion d'Entreprise Senior de l'Instituto de Empresa et de la Chicago Booth School of Business
- ♦ Master en Ingénierie des Télécommunications de l'Universidad Politécnica de Madrid
- ♦ Professeur associé dans des programmes académiques dans sa spécialité

Mme Caloto González, M.^a Teresa

- ♦ Consultante en Market Access
- ♦ Sous-direction Générale de l'Epidémiologie du Ministère de la Santé
- ♦ Docteur en Sciences Biologiques de l'Université Complutense de Madrid
- ♦ Experte Universitaire en Probabilité et Statistique en Médecine
- ♦ Experte Universitaire en Méthodes Avancées de Statistique Appliquée
- ♦ Master en Santé et Environnement, Université Autonome de Madrid
- ♦ Master en Santé Publique de l'Université Autonome de Madrid
- ♦ Master en Pharmacoéconomie et Economie de la Santé, Université Pompeu Fabra, Barcelone

M. Ribas Guardiola, Xavi

- ♦ Chef de Produit chez Amgen
- ♦ Pharmacien en Pharma et Biotech
- ♦ Spécialiste Produit chez Celgene
- ♦ Diplômé en Pharmacie de l'Université de Barcelone
- ♦ Diplôme de Troisième Cycle en Gestion et Santé de l'Industrie Pharmaceutique de l'Université Européenne
- ♦ Cours Universitaire en Administration, Organisation et Gestion des Services de Santé à l'Université Européenne

M. Junco Burgos, Eduardo

- ♦ Responsable Thérapeutique chez AMGEN
- ♦ Chef de Service pour GRUPO CLECE (TALHER)
- ♦ Spécialiste Produit chez Celgene
- ♦ Spécialiste Produit chez Amgen
- ♦ Gestionnaire de Comptes Clés chez Shionogi
- ♦ Ingénieur Agronome de l'Université Polytechnique de Madrid

05

Structure et contenu

Le Mastère Spécialisé en MBA en Gestion d'Entreprise Pharma Biotech se concentrera sur les aspects interdisciplinaires de l'industrie pharmaceutique et biotechnologique, se distinguant par son large champ d'application et son approche actualisée. Pendant les 12 mois de ce diplôme, le docteur aura accès à du matériel pédagogique innovant tel que des vidéos, des résumés interactifs et des simulations de cas réels. Ces ressources de pointe offriront une expérience d'apprentissage agréable et efficace. De plus, comme il s'agit d'un programme 100% en ligne, vous aurez la possibilité d'étudier à votre rythme, sans restrictions.



“

La méthode de Relearning vous permettra d'optimiser vos heures d'étude et d'améliorer votre compréhension des connaissances à long terme"

Module 1. Gestion Stratégique dans l'Industrie Pharmaceutique et Biotechnologique

- 1.1. Stratégies d'entrée sur le marché
 - 1.1.1. L'étude de marché
 - 1.1.2. Partenaires stratégiques
 - 1.1.3. Stratégies les plus utilisées
 - 1.1.4. Suivi et adaptation
- 1.2. Gestion Stratégique dans l'Entreprise Pharmaceutique
 - 1.2.1. Les niveaux de gestion stratégique
 - 1.2.2. Innovation
 - 1.2.3. Portefeuille
 - 1.2.4. Acquisitions
- 1.3. Création de Valeur en Entreprise
 - 1.3.1. Les 6 types de création de valeur dans l'entreprise
 - 1.3.2. Performance dans l'entreprise
 - 1.3.3. Exemples du secteur
 - 1.3.4. Conclusions
- 1.4. L'environnement de l'entreprise Pharmaceutique et Biotechnologique
 - 1.4.1. L'environnement VUCA
 - 1.4.2. Analyse PESTEL
 - 1.4.3. Analyse des 5 forces de Porter
 - 1.4.4. Analyse SWOT
- 1.5. Analyse interne
 - 1.5.1. Analyse de la Chaîne de Valeur
 - 1.5.2. Analyse du Ressources et de la Compétences
 - 1.5.3. Analyse VRIO
 - 1.5.4. Conclusions
- 1.6. Stratégies des Unités Stratégiques d'Affaires
 - 1.6.1. Les Unités Stratégiques d'Affaires
 - 1.6.2. L'Avantage Concurrentiel
 - 1.6.3. Types de Stratégies en Fonction de l'Avantage Compétitif
 - 1.6.4. Conclusions

- 1.7. Stratégie d'Entreprise et Diversification
 - 1.7.1. Stratégie de l'Entreprise
 - 1.7.2. Stratégie du Portefeuille d'Activités
 - 1.7.3. Stratégie de Croissance
 - 1.7.4. Stratégies les plus utilisées
- 1.8. Stratégie d'internationalisation
 - 1.8.1. Stratégie Internationale d'une Entreprise
 - 1.8.2. La Mondialisation de l'Économie
 - 1.8.3. Les risques de l'Internationalisation
 - 1.8.4. Avantages de l'internationalisation
- 1.9. Alliances Stratégiques, Rachats et Fusions
 - 1.9.1. Stratégie de Croissance Externe vs. Interne
 - 1.9.2. Alliances dans l'Industrie Pharmaceutique
 - 1.9.3. Fusions Sectorielles
 - 1.9.4. Acquisitions sectorielles
- 1.10. Éthique et responsabilité Sociale des Entreprises
 - 1.10.1. Éthique des Affaires
 - 1.10.2. Durabilité Environnementale
 - 1.10.3. Responsabilité sociale
 - 1.10.4. Écologie durable

Module 2. Marketing en *Pharma Biotech*

- 2.1. Omnicanal, impacts et *engagement*
 - 2.1.1. Marketing d'impact
 - 2.1.2. Canaux généralistes et réseaux sociaux
 - 2.1.3. *Community Management*
 - 2.1.4. E-detailing et CRM dans l'environnement numérique
 - 2.1.5. Publicité programmée
 - 2.1.6. Analyse et indicateurs commerciaux
- 2.2. Segmentation, positionnement et ciblage
 - 2.2.1. Segmentation
 - 2.2.2. La carte de positionnement
 - 2.2.3. Le ciblage
 - 2.2.4. Conclusion

- 2.3. Investigation du marché
 - 2.3.1. Le Système de Marketing
 - 2.3.2. La Collecte d'Informations
 - 2.3.3. Le Processus de Recherche
 - 2.3.4. Conclusions
- 2.4. Gestion de la Marque en Neuromarketing
 - 2.4.1. Le Branding
 - 2.4.2. Types de Branding
 - 2.4.3. Le Neuromarketing et son application dans l'industrie Pharmaceutique
 - 2.4.4. Conclusions
- 2.5. Plan de Marketing Numérique
 - 2.5.1. Intégrer le Marketing Numérique dans la Stratégie Globale de Marketing
 - 2.5.2. Le Community Manager
 - 2.5.3. Plan de Marketing Numérique
 - 2.5.4. Public cible
- 2.6. Le Commerce Electronique
 - 2.6.1. L'entonnoir de conversion
 - 2.6.2. Promotion du Commerce Electronique
 - 2.6.3. Métriques
 - 2.6.4. Plateformes du e-commerce
- 2.7. Stratégies numériques
 - 2.7.1. Stratégies de communication des médias sociaux La co-création de contenu
 - 2.7.2. Marketing de contenu et influenceurs
 - 2.7.3. Marketing numérique pour soutenir le leadership de l'aire thérapeutique
 - 2.7.4. Association de patients
- 2.8. Conception de programmes numériques
 - 2.8.1. Définition des objectifs
 - 2.8.2. Programmes visant à soutenir les stratégies de marque : *disease awareness, switching y engagement*
 - 2.8.3. Marketing numérique et réseau de vente
 - 2.8.4. Cible

- 2.9. Analyse des données et Intelligence Artificielle
 - 2.9.1. Applications du big data dans l'industrie pharmaceutique
 - 2.9.2. Outils d'intelligence artificielle pour aider au diagnostic
 - 2.9.3. Outils d'intelligence artificielle pour soutenir la gestion des patients
 - 2.9.4. Derniers développements
- 2.10. Autres technologies
 - 2.10.1. Registres électroniques et collecte d'informations
 - 2.10.2. Web 3 et nouvelles tendances de l'économie des tokens Impact sur l'industrie pharmaceutique
 - 2.10.3. Réalité virtuelle, augmentée et mixte
 - 2.10.4. Métaverse

Module 3. Contrôle , Opérations et Finances

- 3.1. Gestion des coûts
 - 3.1.1. Maîtrise des coûts de production
 - 3.1.2. Optimisation des coûts de production
 - 3.1.3. Commercialisation
 - 3.1.4. Distribution
- 3.2. Analyse de rentabilité par produit
 - 3.2.1. Analyse quantitative
 - 3.2.2. Analyse qualitative
 - 3.2.3. Évaluation de la rentabilité
 - 3.2.4. Conclusions
- 3.3. Gestion de la chaîne d'approvisionnement
 - 3.3.1. Évaluation de la chaîne d'approvisionnement
 - 3.3.2. Contrôle de la chaîne d'approvisionnement
 - 3.3.3. Production
 - 3.3.4. Logistique
- 3.4. Gestion des stocks
 - 3.4.1. Contrôle des stocks
 - 3.4.2. Optimisation des stocks
 - 3.4.3. Analyse des stocks
 - 3.4.4. Conclusions

- 3.5. Contrôle de la qualité
 - 3.5.1. Systèmes de qualité
 - 3.5.2. Sécurité
 - 3.5.3. Efficacité
 - 3.5.4. Efficacité
- 3.6. Gestion des risques
 - 3.6.1. Identification
 - 3.6.2. Évaluation des risques
 - 3.6.3. Gestion des risques
 - 3.6.4. Risques opérationnels et réglementaires liés aux industries pharmaceutiques et biotechnologiques
- 3.7. Analyse des investissements
 - 3.7.1. Évaluation de la viabilité financière
 - 3.7.2. Stratégie du projet d'investissement
 - 3.7.3. Développement de nouveaux produits
 - 3.7.4. Expansion sur de nouveaux marchés
- 3.8. Maîtrise des dépenses de recherche et développement
 - 3.8.1. Suivi des dépenses
 - 3.8.2. Contrôle des coûts
 - 3.8.3. Analyse des dépenses
 - 3.8.4. Conclusions
- 3.9. Gestion de la propriété intellectuelle
 - 3.9.1. Évaluation des tendances du marché
 - 3.9.2. Concurrence
 - 3.9.3. Demande de produits
 - 3.9.4. Stratégies de prix
- 3.10. Gestion de projets
 - 3.10.1. Planification
 - 3.10.2. Suivi
 - 3.10.3. Contrôle des projets stratégiques
 - 3.10.4. Contrôle des projets opérationnels

Module 4. Gestion de la santé numérique : innovation Technologique dans le Secteur de la Santé

- 4.1. Systèmes d'information hospitaliers
 - 4.1.1. Mise en œuvre
 - 4.1.2. Gestion des systèmes d'information hospitaliers
 - 4.1.3. Dossiers de santé électroniques
 - 4.1.4. Interopérabilité des systèmes d'information
- 4.2. Télémédecine et santé en ligne
 - 4.2.1. Consultations médicales à distance
 - 4.2.2. Plantes-formes de télésurveillance
 - 4.2.3. Suivi des patients
 - 4.2.4. Applications mobiles de santé et de bien-être
- 4.3. Big data et analyse des données dans le domaine de la santé
 - 4.3.1. Gestion et analyse de grands volumes de données sur la santé
 - 4.3.2. Utilisation de l'analyse prédictive pour la prise de décision
 - 4.3.3. Vie privée
 - 4.3.4. Sécurité des données de santé
- 4.4. Intelligence artificielle et apprentissage automatique dans les soins de santé
 - 4.4.1. Applications de l'intelligence artificielle dans le diagnostic médical
 - 4.4.2. Algorithmes d'apprentissage automatique pour la détection des formes
 - 4.4.3. Chatbots
 - 4.4.4. Assistants virtuels dans les soins de santé
- 4.5. L'internet des objets (IoT) dans les soins de santé
 - 4.5.1. Dispositifs médicaux connectés et surveillance à distance
 - 4.5.2. Infrastructures hospitalières intelligentes
 - 4.5.3. Applications de l'IoT dans la gestion des stocks
 - 4.5.4. Approvisionnement
- 4.6. Cybersécurité dans les soins de santé
 - 4.6.1. Protection des données de santé et conformité
 - 4.6.2. Prévention des cyberattaques
 - 4.6.3. Ransomware
 - 4.6.4. Audits de sécurité et gestion des incidents

- 4.7. Réalité virtuelle (RV) et réalité augmentée (RA) en médecine
 - 4.7.1. Formation médicale à l'aide de simulateurs de RV
 - 4.7.2. Applications de la RA dans la chirurgie assistée
 - 4.7.3. Guides chirurgicaux
 - 4.7.4. Thérapie et rééducation par la RV
 - 4.8. Robotique en médecine
 - 4.8.1. Utilisation de robots chirurgicaux dans les procédures médicales
 - 4.8.2. Automatisation des tâches dans les hôpitaux et les laboratoires
 - 4.8.3. Prothèse
 - 4.8.4. Assistance robotique à la rééducation
 - 4.9. Analyse d'images médicales
 - 4.9.1. Traitement des images médicales et analyse computationnelle
 - 4.9.2. Imagerie diagnostique assistée par ordinateur
 - 4.9.3. Imagerie médicale en temps réel
 - 4.9.4. 3D
 - 4.10. Blockchain dans les soins de santé
 - 4.10.1. Sécurité et traçabilité des données de santé avec la blockchain
 - 4.10.2. Échange d'informations médicales entre institutions
 - 4.10.3. Gestion du consentement éclairé
 - 4.10.4. Vie privée
-
- Module 5. Accès au marché (*market access*) (1). Organisation et Processus**
- 5.1. Accès au Marché dans l'industrie pharmaceutique
 - 5.1.1. Qu'entend-on par "Accès au Marché" ?
 - 5.1.2. Pourquoi un service d'Accès au Marché est-il nécessaire ?
 - 5.1.3. Fonctions du département Accès au Marché
 - 5.1.4. Conclusions
 - 5.2. Autorisation et enregistrement de nouveaux médicaments
 - 5.2.1. Autorités sanitaires
 - 5.2.2. Agence Européenne des Médicaments (EMA)
 - 5.2.3. Processus d'autorisation de mise sur le marché d'un nouveau médicament : processus centralisé, décentralisé et de reconnaissance mutuelle
 - 5.3. Autres évaluations de nouveaux médicaments
 - 5.3.1. Évaluations par le groupe GENESIS
 - 5.3.2. Évaluations régionales
 - 5.3.3. Évaluations dans les pharmacies hospitalières Comités de Pharmacie et de Thérapeutique
 - 5.3.4. Autres évaluations
 - 5.4. De l'autorisation d'un médicament à sa mise à disposition du patient
 - 5.4.1. Processus de demande de prix et de remboursement pour les nouveaux médicaments
 - 5.4.2. Conditions de commercialisation et de financement
 - 5.4.3. Procédure d'accès aux médicaments au niveau de l'hôpital
 - 5.4.4. Procédure d'accès aux médicaments délivrés dans les pharmacies de rue
 - 5.4.5. Accès aux médicaments génériques et biosimilaires
 - 5.5. Financement des médicaments
 - 5.5.1. Schémas de financement traditionnels et nouveaux
 - 5.5.2. Dispositions innovantes
 - 5.5.3. Accords de partage des risques (APR)
 - 5.5.4. Types de ARC
 - 5.5.5. Types d'APR
 - 5.6. Processus d'acquisition de médicaments
 - 5.6.1. Marchés publics
 - 5.6.2. Achat centralisé de médicaments et de dispositifs médicaux
 - 5.6.3. Accords-cadres
 - 5.6.4. Conclusions
 - 5.7. Département d'Accès aux Marchés (1) Profils professionnels
 - 5.7.1. Évolution du profil des professionnels d'Accès aux Marchés
 - 5.7.2. Profils professionnels dans le domaine d'Accès aux Marchés
 - 5.7.3. Responsable d'Accès aux Marchés (*Market Access Manager*)
 - 5.7.4. Pharmacoeconomie
 - 5.7.5. Prix (*Pricing*)
 - 5.7.6. *Key Account Manager*

- 5.8. Département d'Accès aux Marchés (2) Interaction avec d'autres départements de l'industrie pharmaceutique
 - 5.8.1. Marketing et Ventas
 - 5.8.2. Département Médical
 - 5.8.3. Relations Institutionnelles
 - 5.8.4. Réglementation
 - 5.8.5. Communication

Module 6. Accès au marché (*market access*) (2). Outils et Stratégie

- 6.1. Planification de l'accès au marché pour un médicament
 - 6.1.1. Analyse du scénario actuel : gestion des maladies, concurrents et situation actuelle
 - 6.1.2. Segmentation des régions et des comptes
 - 6.1.3. Sociétés Scientifiques
 - 6.1.4. Association de Patients
 - 6.1.5. Conception de la stratégie
 - 6.1.6. Calendrier de mise en œuvre de la stratégie
- 6.2. Gérer l'accès au marché d'un médicament
 - 6.2.1. Gérer l'accès au niveau régional
 - 6.2.2. L'accès au marché des médicaments à usage hospitalier Gestion et stratégie de la pharmacie hospitalière
 - 6.2.3. Accès au marché des médicaments en pharmacie de rue
 - 6.2.4. Gestion et stratégie des pharmaciens de premier secours
- 6.3. Valeur clinique d'un médicament
 - 6.3.1. Valeur basée sur le développement clinique
 - 6.3.2. Études en vie réelle
 - 6.3.3. (RWD/RWE)
 - 6.3.4. Conclusions
- 6.4. Valeur perçue par le patient
 - 6.4.1. Variables des résultats rapportés par les patients (ou *Patient Reported Outcomes*, PRO)
 - 6.4.2. Qualité de vie liée à la santé (CVRS)
 - 6.4.3. Satisfaction à l'égard du traitement
 - 6.4.4. Prise en compte des préférences des patients





- 6.5. Analyse économique Types
 - 6.5.1. Types d'analyse économique
 - 6.5.2. Paramètres à définir
 - 6.5.3. Évaluations économiques partielles
 - 6.5.4. Coût et charge de morbidité
 - 6.5.5. Coût des conséquences
- 6.6. Analyse économique Etudes
 - 6.6.1. Études d'Impact Budgétaire
 - 6.6.2. Croissance du marché
 - 6.6.3. Risques associés
 - 6.6.4. Propriété intellectuelle
- 6.7. Analyse économique Évaluations
 - 6.7.1. Évaluations économiques complètes
 - 6.7.2. Analyse coût-efficacité
 - 6.7.3. Analyse coût-utilité
 - 6.7.4. Analyse coûts-avantages
 - 6.7.5. Règles de décision
- 6.8. Dossier de valeur d'un médicament
 - 6.8.1. Contenu du dossier de valeur
 - 6.8.2. Valeur clinique du médicament
 - 6.8.3. Valeur économique du médicament
 - 6.8.4. Démonstration de la valeur du médicament pour le système de santé
 - 6.8.5. Adaptation du dossier aux différentes Communautés Autonomes
- 6.9. Documents requis pour la demande de prix et de remboursement
 - 6.9.1. Documents requis
 - 6.9.2. Documents facultatifs
 - 6.9.3. Documents relatifs au prix
 - 6.9.4. Documents de remboursement
- 6.10. Nouvelles tendances
 - 6.10.1. Achat basé sur la valeur
 - 6.10.2. Analyse Multicritères (AMC)
 - 6.10.3. Marchés publics innovants
 - 6.10.4. Dernières tendances

Module 7. Coaching Intégral en Pharma Biotech

- 7.1. Bases du Coaching en Pharma Biotech
 - 7.1.1. Compétences et éthique du Coach
 - 7.1.2. L'essence du Coaching
 - 7.1.3. Apprendre à apprendre
 - 7.1.4. Film recommandé : Le Guerrier du Pacifique
- 7.2. Le processus de Coaching- Écoles et Modèles
 - 7.2.1. Apports Nord-américains en matière de Coaching
 - 7.2.2. Apports du Coaching Humaniste Européen
 - 7.2.3. Apports du Coaching Ontologique
 - 7.2.4. Conclusions
- 7.3. Le Coachee-client
 - 7.3.1. Présent - Percée - Objectifs
 - 7.3.2. Comment connaître la situation de chaque personne dans une équipe professionnelle afin de surmonter les problèmes pour atteindre les objectifs
 - 7.3.3. Connaître la situation actuelle grâce à l'outil "LA ROUE DE LA VIE PROFESSIONNELLE"
 - 7.3.4. Conclusions
- 7.4. Situation idéale
 - 7.4.1. Où vais-je ?
 - 7.4.2. Identifier le but, la vision et la clarification des objectifs A la fois en tant que professionnel individuel et en tant que coordinateur d'équipe
 - 7.4.3. Modèle GROW
 - 7.4.4. Exemple : Vous souhaitez que chaque membre de votre équipe réalise un Mandala
- 7.5. La Technique Notre Esprit
 - 7.5.1. Modèles Mentaux
 - 7.5.2. Observer, Distinguer
 - 7.5.3. Croyances, Jugements
 - 7.5.4. Faits et Opinions
- 7.6. La Technique Le Langage
 - 7.6.1. Postulats de base de l'ontologie du langage selon Rafael Echevarria
 - 7.6.2. Compétence d'Écoute, de Silence et de Parole
 - 7.6.3. Livres recommandés
 - 7.6.4. Rafael Echevarria Ontologie du Langage
 - 7.6.5. Leonardo Wolk L'Art de Souffler sur les Braises

- 7.7. La Technique L'Émotion
 - 7.7.1. Gestion et Intelligence Émotionnelle
 - 7.7.2. Légitimer l'émotion pour la gérer à partir des dimensions linguistiques
 - 7.7.3. Émotionnels
 - 7.7.4. Conclusions
- 7.8. Technique - Corporalité
 - 7.8.1. Qui suis-je à partir de mon corps ?
 - 7.8.2. Posture et mouvement
 - 7.8.3. Tendances qui soutiennent ou bloquent les conversations avec le corps
 - 7.8.4. Conclusions
- 7.9. Des questions puissantes Comment utiliser les questions pour aider chaque membre de votre équipe à trouver la meilleure version de lui-même
 - 7.9.1. Déterminer le profil de notre client et concevoir un plan d'action
 - 7.9.2. Des questions de Coaching pour se reconnecter
 - 7.9.3. Questions de Coaching pour changer de perspective
 - 7.9.4. Questions de Coaching pour la prise de conscience
 - 7.9.5. Questions de Coaching pour créer l'action
 - 7.9.6. Questions de Coaching pour la fixation d'objectifs
 - 7.9.7. Questions de Coaching pour l'élaboration d'un plan d'action
 - 7.9.8. Questions de Coaching pour que le client trouve ses propres solutions
- 7.10. L'Action
 - 7.10.1. Phases du plan d'Action
 - 7.10.2. Accompagner
 - 7.10.3. Suivi
 - 7.10.4. Engagement
 - 7.10.5. Comment élaborer un plan d'action avec chaque délégué de votre équipe

Module 8. Le Département Médical

- 8.1. Le Département Médical
 - 8.1.1. Structure générale du service médical dans différentes entreprises
 - 8.1.2. Objectif et fonctions du département
 - 8.1.3. Rôles au sein du service médical
 - 8.1.4. Les relations avec les autres départements : Marketing, Accès, Ventes, etc.
 - 8.1.5. Perspectives de carrière du département médical dans l'industrie Pharmaceutique

- 8.2. Essais Cliniques
 - 8.2.1. Principes fondamentaux du développement clinique
 - 8.2.2. Législation relative aux essais cliniques
 - 8.2.3. Types d'essais cliniques
 - 8.2.4. Phases des Essais Cliniques
 - 8.2.4.1. Essais cliniques en phase I
 - 8.2.4.2. Essais cliniques en phase II
 - 8.2.4.3. Essais cliniques en phase III
 - 8.2.4.4. Essais cliniques en phase IV
- 8.3. Méthodologie des Essais Cliniques
 - 8.3.1. Conception des essais cliniques
 - 8.3.2. Étapes de la réalisation de l'essai clinique
 - 8.3.3. Viabilité des Essais Cliniques
 - 8.3.4. Identification et Sélection des Centres de Recherche
 - 8.3.5. Matériel et Stratégies de Recrutement
 - 8.3.6. Contrats avec les Centres de Recherche
 - 8.3.7. Protocole
 - 8.3.8. Fiche d'Information du Patient et Consentement Éclairé
- 8.4. Suivi des Essais : Surveillance et contrôle
 - 8.4.1. Visite de Contrôle
 - 8.4.1.1. Visite de Pré-Étude
 - 8.4.1.2. Visite d'initiation
 - 8.4.1.3. Visite de Contrôle
 - 8.4.1.4. Visite de Clôture
 - 8.4.2. Surveillance à Distance
 - 8.4.3. Rapports de Visite de Contrôle
 - 8.4.4. Gestion des données Obtenir des résultats
- 8.5. Études de Pratique Clinique Réelle RWE
 - 8.5.1. Études RWE : conception, analyse, minimisation des biais
 - 8.5.2. Types d'études de RWE
 - 8.5.3. Intégration dans le plan médical
 - 8.5.4. Collecte et communication des résultats
 - 8.5.5. Défis actuels dans l'utilisation des données probantes et la connaissance de RWE
 - 8.5.6. Comment RWE peut soutenir la prise de décision tout au long du cycle de vie du produit
 - 8.5.7. *Investigator Initiated Studies/Trials et Research Collaborations*
- 8.6. Le département de *Medical Affairs*
 - 8.6.1. Qu'est ce que le département des *Medical Affairs* ?
 - 8.6.1.1. Objectif et fonctions du département
 - 8.6.1.2. Structure générale du département dans différentes entreprises
 - 8.6.1.3. Interactions Entre *Medical Affairs* Et D'autres Départements (Opérations Cliniques & Départements Commerciaux)
 - 8.6.1.4. Relation entre les questions médicales et le cycle de vie du produit
 - 8.6.2. Création de programmes de génération de données de pointe
 - 8.6.3. Le rôle de co-dirigeant de Medical
 - 8.6.4. *Affairs* dans les organisations pharmaceutiques multifonctionnelles
- 8.7. Rôles dans le Département Des *Medical Affairs*
 - 8.7.1. Rôle du Medical Advisor
 - 8.7.2. Fonctions du Medical Advisor
 - 8.7.3. Tactiques de participation avec les HCP
 - 8.7.3.1. *Advisory Board* et programmes de sensibilisation
 - 8.7.3.2. Publications scientifiques
 - 8.7.3.3. Organisation de congrès scientifiques
 - 8.7.4. Élaboration d'un plan de communication médicale
 - 8.7.5. Conception de la stratégie des produits médicaux
 - 8.7.6. Gestion de projets médicaux et d'études fondés sur des données cliniques réelles (RWE)
 - 8.7.7. Rôle du *Medical Science Liaison*
 - 8.7.7.1. Rôles de la MSL : communication médicale et interlocuteurs
 - 8.7.7.2. Mise en œuvre de projets médicaux et gestion du territoire
 - 8.7.7.3. Chercheur *Initiated Studies/Trials et Research Collaborations*
 - 8.7.7.4. Communication Scientifique et collecte d'*insights*
- 8.8. *Compliance* Dans le Département des Affaires Médicales
 - 8.8.1. Concept de *compliance* dans le département médical
 - 8.8.1.1. Promotion des médicaments délivrés sur ordonnance
 - 8.8.1.2. Interrelation avec les Professionnels de la Santé et les Organisations
 - 8.8.1.3. Liaison avec les Associations de Patients

- 8.8.2. Définition de *On Label/Off Label*
- 8.8.3. Différences entre le département commercial et les affaires médicales
- 8.8.4. Code de bonnes pratiques cliniques sur la promotion et l'information médicales
- 8.9. Rapports Médicaux
 - 8.9.1. Plan de communication intégré
 - 8.9.2. Plan média et omnicanal
 - 8.9.3. Intégration du plan de communication dans le plan médical
 - 8.9.4. Ressources d'information en biomédecine
 - 8.9.4.1. Sources internationales : *Pubmed, Embase, WOS, etc.*
 - 8.9.4.2. Sources latino-américaines : Index du CSIC, Ibecs, LILACS, etc.
 - 8.9.4.3. Sources pour localiser les essais cliniques : OMS, *ClinicalTrials*, CENTRAL de Cochrane, etc.
 - 8.9.4.4. Sources d'information sur les médicaments : Bot Plus Web, FDA, etc.
 - 8.9.4.5. Autres ressources : organismes officiels, sites web, sociétés scientifiques, associations, agences d'évaluation, etc
- 8.10. Pharmacovigilance
 - 8.10.1. Pharmacovigilance en Essais Cliniques
 - 8.10.1.1. Cadre Juridique, et Définitions
 - 8.10.1.2. Gestion des Événements Indésirables
 - 8.10.2. Rapport sur les Événements Indésirables, Eudravigilance
 - 8.10.3. Rapports Périodiques de Sécurité
 - 8.10.4. Pharmacovigilance dans d'Autres Essais Cliniques : Études Post-autorisation

Module 9. Leadership d'Équipe en Pharma

- 9.1. Leadership
 - 9.1.1. Introduction au leadership
 - 9.1.2. Pouvoir et influence
 - 9.1.3. Qu'est-ce que le leadership ?
 - 9.1.4. Conclusions
- 9.2. Théorie Du leadership
 - 9.2.1. Le processus de leadership
 - 9.2.2. Styles de leadership
 - 9.2.3. Modèles de leadership
 - 9.2.4. Évolution
- 9.3. Compétences en matière de leadership
 - 9.3.1. Communication
 - 9.3.2. Engagement
 - 9.3.3. Motivation
 - 9.3.4. Prise de décision
- 9.4. Gestion des équipes
 - 9.4.1. Organisation
 - 9.4.2. Gestion du temps
 - 9.4.3. Planification et objectifs
 - 9.4.4. Évaluations d'équipes
- 9.5. Compétences en matière de gestion d'équipe
 - 9.5.1. Cibles
 - 9.5.2. Objectifs
 - 9.5.3. Gestion temps
 - 9.5.4. Gestion problèmes
- 9.6. Prise de décision
 - 9.6.1. Processus
 - 9.6.2. Prise de décision en équipe
 - 9.6.3. Décisions stratégiques
 - 9.6.4. Décisions éthiques
- 9.7. La communication, un élément du succès
 - 9.7.1. Communication externe
 - 9.7.2. Communication interne
 - 9.7.3. Communication de crise
 - 9.7.4. Communication interculturelle

- 9.8. Négociation et Gestion des Conflits
 - 9.8.1. Stratégies de communication
 - 9.8.2. Compétences
 - 9.8.3. Gestion des conflits
 - 9.8.4. Négociation en équipe
- 9.9. Développement des Personnes
 - 9.9.1. Équipes
 - 9.9.2. Motivation
 - 9.9.3. Visibilité
 - 9.9.4. Conclusions
- 9.10. Objectif Commun, Développement d'un Projet
 - 9.10.1. Objectif commun : lequel ?
 - 9.10.2. Équipes pluridisciplinaires
 - 9.10.3. Création alliances
 - 9.10.4. Stratégies les plus utilisées

Module 10. Le Business Plan sur le Territoire

- 10.1. Les plans d'entreprise
 - 10.1.1. Qu'est-ce qu'un plan d'entreprise ?
 - 10.1.2. Finalité et objectifs des plans d'entreprise
 - 10.1.3. Pourquoi il est important d'élaborer un plan d'entreprise
 - 10.1.4. Quand établir un plan d'entreprise ?
- 10.2. Contexte de l'industrie pharmaceutique
 - 10.2.1. Situation structurelle de l'industrie pharmaceutique
 - 10.2.2. Personnes et services clés dans l'élaboration d'un plan d'action :
 - 10.2.3. Direction générale
 - 10.2.3.1. Direction des Ventes
 - 10.2.3.2. Direction du Marketing
 - 10.2.3.3. Département Médical
 - 10.2.3.4. Département Financier
 - 10.2.3.5. Département de la Réglementation
 - 10.2.4. Défis actuels de l'industrie pharmaceutique

- 10.3. Étapes de la définition d'un plan d'entreprise
 - 10.3.1. Définir l'objectif
 - 10.3.2. Description du produit : caractéristiques principales
 - 10.3.3. Les informations nécessaires pour élaborer un plan
 - 10.3.4. Alignement sur la stratégie
 - 10.3.5. Définir les timings
 - 10.3.6. Définir les ressources
 - 10.3.7. Établissement des résultats
- 10.4. Plan d'entreprise et de marketing
 - 10.4.1. Ressources commerciales pour établir un plan
 - 10.4.2. Choix du plan en fonction de notre objectif
 - 10.4.3. Stratégie marketing : alignement
 - 10.4.4. Les ressources marketing comme levier
- 10.5. L'analyse de la clientèle
 - 10.5.1. Gestion de la relation client
 - 10.5.2. Identification des besoins des clients
 - 10.5.3. Communication avec les clients
 - 10.5.4. Conclusions
- 10.6. Analyse de la concurrence
 - 10.6.1. La segmentation du marché
 - 10.6.2. Analyse concurrentielle de votre produit
 - 10.6.3. Stratégies commerciales vis-à-vis de la concurrence
 - 10.6.4. Plans d'expansion
 - 10.6.5. Plans de défense
- 10.7. Analyse économique du plan d'entreprise
 - 10.7.1. Estimation des coûts et des objectifs
 - 10.7.2. Sources et stratégies d'investissement
 - 10.7.3. Analyse des Risque financiers
 - 10.7.4. Évaluation du retour sur investissement





- 10.8. Mise en œuvre et suivi du plan d'entreprise
 - 10.8.1. Agenda du plan d'entreprise
 - 10.8.2. Suivi du processus et mécanismes de révision en fonction de l'évolution de la situation
 - 10.8.3. KPI : indicateurs de performance objectifs
 - 10.8.4. Conclusions
- 10.9. Analyse finale du plan d'entreprise
 - 10.9.1. Respect des délais
 - 10.9.2. Analyse des résultats
 - 10.9.3. Analyse du budget
- 10.10. Plan marketing *Pharma Biotech*
 - 10.10.1. Analyse du marché
 - 10.10.2. Concurrence
 - 10.10.3. Public cible
 - 10.10.4. Positionnement de la marque



Suivez ce Mastère Spécialisé et obtenez les connaissances les plus récentes en matière de gestion stratégique dans une industrie en croissance constante telle que l'industrie pharmaceutique"

06

Méthodologie

Ce programme de formation offre une manière différente d'apprendre. Notre méthodologie est développée à travers un mode d'apprentissage cyclique: ***le Relearning***.

Ce système d'enseignement s'utilise, notamment, dans les Écoles de Médecine les plus prestigieuses du monde. De plus, il a été considéré comme l'une des méthodologies les plus efficaces par des magazines scientifiques de renom comme par exemple le ***New England Journal of Medicine***.



“

Découvrez le Relearning, un système qui laisse de côté l'apprentissage linéaire conventionnel au profit des systèmes d'enseignement cycliques: une façon d'apprendre qui a prouvé son énorme efficacité, notamment dans les matières dont la mémorisation est essentielle"

À TECH, nous utilisons la méthode des cas

Face à une situation donnée, que doit faire un professionnel? Tout au long du programme, vous serez confronté à de multiples cas cliniques simulés, basés sur des patients réels, dans lesquels vous devrez enquêter, établir des hypothèses et finalement résoudre la situation. Il existe de nombreux faits scientifiques prouvant l'efficacité de cette méthode. Les spécialistes apprennent mieux, plus rapidement et plus durablement dans le temps.

Avec TECH, vous ferez l'expérience d'une méthode d'apprentissage qui révolutionne les fondements des universités traditionnelles du monde entier.



Selon le Dr Gérvas, le cas clinique est la présentation commentée d'un patient, ou d'un groupe de patients, qui devient un "cas", un exemple ou un modèle illustrant une composante clinique particulière, soit en raison de son pouvoir pédagogique, soit en raison de sa singularité ou de sa rareté. Il est essentiel que le cas soit ancré dans la vie professionnelle actuelle, en essayant de recréer les conditions réelles de la pratique professionnelle du médecin.

“

Saviez-vous que cette méthode a été développée en 1912 à Harvard pour les étudiants en Droit? La méthode des cas consiste à présenter aux apprenants des situations réelles complexes pour qu'ils s'entraînent à prendre des décisions et pour qu'ils soient capables de justifier la manière de les résoudre. En 1924, elle a été établie comme une méthode d'enseignement standard à Harvard"

L'efficacité de la méthode est justifiée par quatre réalisations clés:

1. Les étudiants qui suivent cette méthode parviennent non seulement à assimiler les concepts, mais aussi à développer leur capacité mentale au moyen d'exercices pour évaluer des situations réelles et appliquer leurs connaissances.
2. L'apprentissage est solidement traduit en compétences pratiques ce qui permet à l'étudiant de mieux s'intégrer dans le monde réel.
3. Grâce à l'utilisation de situations issues de la réalité, on obtient une assimilation plus simple et plus efficace des idées et des concepts.



Relearning Methodology

TECH renforce l'utilisation de la méthode des cas avec la meilleure méthodologie d'enseignement 100% en ligne du moment: Relearning.

Cette université est la première au monde à combiner des études de cas cliniques avec un système d'apprentissage 100% en ligne basé sur la répétition, combinant un minimum de 8 éléments différents dans chaque leçon, ce qui constitue une véritable révolution par rapport à la simple étude et analyse de cas.

Le professionnel apprendra à travers des cas réels et la résolution de situations complexes dans des environnements d'apprentissage simulés. Ces simulations sont développées à l'aide de logiciels de pointe qui facilitent l'apprentissage immersif.



À la pointe de la pédagogie mondiale, la méthode Relearning a réussi à améliorer le niveau de satisfaction globale des professionnels qui terminent leurs études, par rapport aux indicateurs de qualité de la meilleure université en (Columbia University).

Grâce à cette méthodologie, nous, formation plus de 250.000 médecins avec un succès sans précédent dans toutes les spécialités cliniques, quelle que soit la charge chirurgicale. Notre méthodologie d'enseignement est développée dans un environnement très exigeant, avec un corps étudiant universitaire au profil socio-économique élevé et dont l'âge moyen est de 43,5 ans.

Le Relearning vous permettra d'apprendre plus facilement et de manière plus productive tout en vous impliquant davantage dans votre spécialisation, en développant un esprit critique, en défendant des arguments et en contrastant les opinions: une équation directe vers le succès.

Dans notre programme, l'apprentissage n'est pas un processus linéaire mais il se déroule en spirale (nous apprenons, désapprenons, oublions et réapprenons). Par conséquent, ils combinent chacun de ces éléments de manière concentrique.

Selon les normes internationales les plus élevées, la note globale de notre système d'apprentissage est de 8,01.



Dans ce programme, vous aurez accès aux meilleurs supports pédagogiques élaborés spécialement pour vous:



Support d'étude

Tous les contenus didactiques sont créés par les spécialistes qui enseignent les cours. Ils ont été conçus en exclusivité pour la formation afin que le développement didactique soit vraiment spécifique et concret.

Ces contenus sont ensuite appliqués au format audiovisuel, pour créer la méthode de travail TECH online. Tout cela, élaboré avec les dernières techniques afin d'offrir des éléments de haute qualité dans chacun des supports qui sont mis à la disposition de l'apprenant.



Techniques et procédures chirurgicales en vidéo

TECH rapproche les étudiants des dernières techniques, des dernières avancées pédagogiques et de l'avant-garde des techniques médicales actuelles. Tout cela, à la première personne, expliqué et détaillé rigoureusement pour atteindre une compréhension complète et une assimilation optimale. Et surtout, vous pouvez les regarder autant de fois que vous le souhaitez.



Résumés interactifs

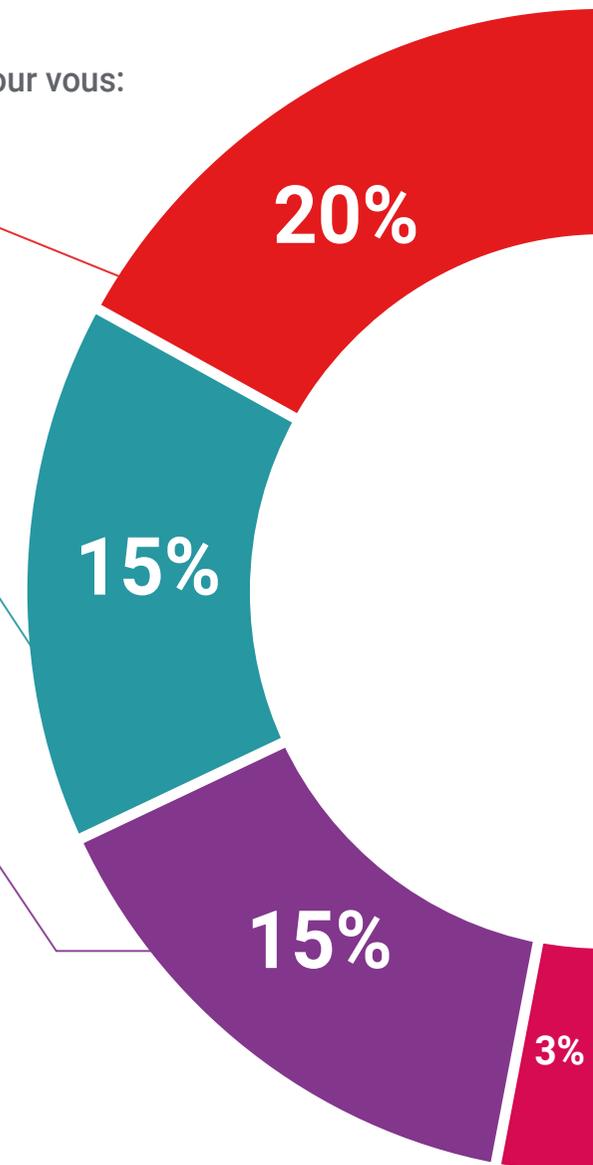
Nous présentons les contenus de manière attrayante et dynamique dans des dossiers multimédias comprenant des fichiers audios, des vidéos, des images, des diagrammes et des cartes conceptuelles afin de consolider les connaissances.

Ce système éducatif unique pour la présentation de contenu multimédia a été récompensé par Microsoft en tant que "European Success Story".



Bibliographie complémentaire

Articles récents, documents de consensus et directives internationales, entre autres. Dans la bibliothèque virtuelle de TECH, l'étudiant aura accès à tout ce dont il a besoin pour compléter sa formation.





Études de cas dirigées par des experts

Un apprentissage efficace doit nécessairement être contextuel. Pour cette raison, TECH présente le développement de cas réels dans lesquels l'expert guidera l'étudiant à travers le développement de la prise en charge et la résolution de différentes situations: une manière claire et directe d'atteindre le plus haut degré de compréhension.



Testing & Retesting

Les connaissances de l'étudiant sont périodiquement évaluées et réévaluées tout au long du programme, par le biais d'activités et d'exercices d'évaluation et d'auto-évaluation, afin que l'étudiant puisse vérifier comment il atteint ses objectifs.



Cours magistraux

Il existe de nombreux faits scientifiques prouvant l'utilité de l'observation par un tiers expert. La méthode "Learning from an Expert" permet au professionnel de renforcer ses connaissances ainsi que sa mémoire puis lui permet d'avoir davantage confiance en lui concernant la prise de décisions difficiles.



Guides d'action rapide

À TECH nous vous proposons les contenus les plus pertinents du cours sous forme de feuilles de travail ou de guides d'action rapide. Un moyen synthétique, pratique et efficace pour vous permettre de progresser dans votre apprentissage.



07 Diplôme

Le Mastère Spécialisé en Gestion d'Entreprise Pharma Biotech vous garantit, en plus de la formation la plus rigoureuse et la plus actuelle, l'accès à un diplôme universitaire de Mastère Spécialisé délivré par TECH Université Technologique.



“

Complétez ce programme avec succès et recevez votre diplôme sans déplacements, ni formalités administratives”

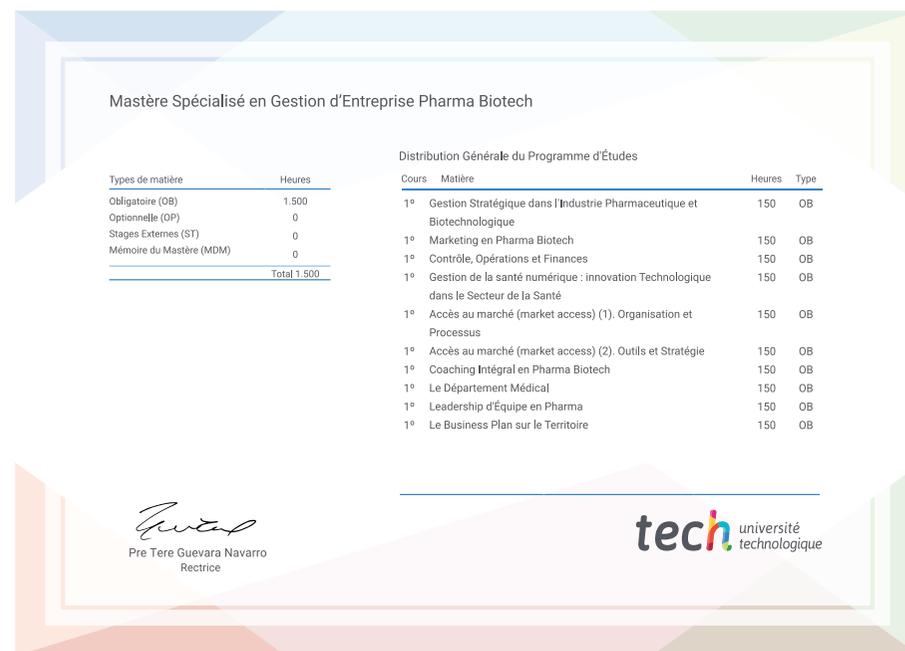
Ce Mastère Spécialisé en Gestion d'Entreprise Pharma Biotech contient le programme scientifique le plus complet et le plus actuel du marché.

Après avoir réussi l'évaluation, l'étudiant recevra par courrier postal* avec accusé de réception son correspondant diplôme de **Mastère Spécialisé** délivré par **TECH Université Technologique**.

Le diplôme délivré par **TECH Université Technologique** indiquera la note obtenue lors du Mastère Spécialisé, et répond aux exigences communément demandées par les bourses d'emploi, les concours et les commissions d'évaluation des carrières professionnelles.

Diplôme: **Mastère Spécialisé en Gestion d'Entreprise Pharma Biotech**

N° d'heures officielles: **1.500 h.**



*Si l'étudiant souhaite que son diplôme version papier possède l'Apostille de La Haye, TECH EDUCATION fera les démarches nécessaires pour son obtention moyennant un coût supplémentaire.

future

santé confiance personnes

éducation information tuteurs

garantie accréditation enseignement

institutions technologie apprentissage

communauté engagement

service personnalisé innovation

connaissance présent qualité

en ligne formation

développement institutions

classe virtuelle langues

tech université
technologique

Mastère Spécialisé
Gestion d'Entreprise
Pharma Biotech

- » Modalité : en ligne
- » Durée : 12 mois
- » Diplôme : TECH Université Technologique
- » Horaires : à votre rythme
- » Examens : en ligne

Mastère Spécialisé

Gestion d'Entreprise

Pharma Biotech