

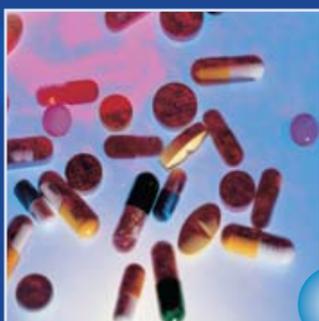
Master Professionnel en MARKETING PHARMACEUTIQUE



Dans un environnement concurrentiel et en perpétuel changement le programme de marketing pharmaceutique est la solution qui permet d'accomplir une formation qui répond aux besoins et aux défis actuels.

Ce programme va assurer une formation qui intègre les bases et les concepts scientifiques à l'expérience et le vécu des professionnels en marketing libanais et français.

La formation au marketing permet d'acquérir un développement culturel, social et personnel. Il contribuera également à une évolution des capacités d'adaptation et d'insertion dans les entreprises et dans un contexte international évolutif.



Objectifs

Le Master Professionnel en MARKETING PHARMACEUTIQUE aura pour objectifs :

- Bien connaître les bases du marketing opérationnel et stratégique et pouvoir l'appliquer dans le contexte pharmaceutique actuel.
- Apprendre le processus et la réalisation d'une étude marketing ainsi que la conception des programmes d'études marketing
- Entraîner à l'interprétation et l'analyse des résultats et de prises de décision dans un contexte de marketing.

Public

Le Master Marketing pharmaceutique s'adresse aux professionnels (Pharmaciens, Médecins, Odontologistes) qui :

- Occupent un poste marketing mais veulent mettre à jour ou rafraîchir leurs connaissances
- Veulent élargir leurs horizons de carrière et se préparer à une promotion ou mutation

Etudiants à partir du 9^{ème} semestre des études pharmaceutiques, médicales ou d'odontologie.

Thèmes

Concepts marketing de base :

- Introduction à la stratégie
- Les études marketing
- Le comportement du consommateur
- Les comportements et rôles des professions médicales
- Principes de communication et de publicité
- Techniques de négociation
- Les marques et la publicité
- Le planning stratégique
- Le plan média
- Le design
- Le packaging

Marketing de Santé

- Etudes de marché : les panels de grande consommation et les panels santé
- Le plan marketing santé
- Le management de marques
- Lancement de nouveaux produits à vocation santé

Communication santé

- Promotion des ventes et Marketing direct en environnement santé
- Relations publiques, lobbying, communication institutionnelle
- Création publicitaire, médiaplanning, stratégie et politique des achats
- Management des médias sur des axes santé
- Stratégies Internet : Web 2.0, e-business et e-detailing

Droit de la santé

- Droit du marketing et de la communication
- Droit du consommateur
- Droit de la santé et allégations santé
- Ethique, santé et responsabilité

Spécialisation

- L'évaluation médico-économique, la pharmaco économie et le disease management
- La visite médicale, la délégation pharmaceutique, le commercial agroalimentaire et dermo-cosmétique

Durée et modalités de la formation

La formation comprend 160 h de cours théoriques répartis sur 3 semestres à raison d'un ou deux après-midis par semaine. Des cours intensifs auront lieu exceptionnellement lors de la présence de professeurs français en mission au Liban. Il comprennent un stage en industrie pharmaceutique.

L'emploi du temps est conçu de façon à permettre le suivi de l'enseignement en parallèle d'une activité professionnelle.

Pédagogie de l'enseignement

L'enseignement est assuré par des professionnels pharmaciens, des marketeurs spécialisés. Une partie des cours sera décernée par des professeurs missionnaires français, et chercheurs experts.

- Les programmes de formation s'appuient sur les données les plus fiables possibles, au regard des connaissances scientifiques les plus actuelles. Ils sont élaborés par des spécialistes et sont réactualisés afin d'intégrer les principales approches scientifiques qui permettent aujourd'hui de comprendre l'évolution des connaissances médicales et les progrès considérables que la science du marketing a connus au cours des dernières décennies.

Coordinateur : Dr Mona Waked Tabet