

INTERVENANTS DU PROGRAMME :

- Intervenants de l'Ecole Internationale de Santé Publique et Faculté de Pharmacie de l'UM6SS
- Consultants du GERMS de Paris (Groupe d'Etudes et de Recherche en Marketing de la Santé)
- Enseignants universitaires nationaux et internationaux
- Consultants et professionnels dans l'industrie pharmaceutique
- Consultants dans le Management et dans le Marketing
- Professionnels de l'industrie pharmaceutique
- Professionnels des autorités de la santé.

INFORMATIONS UTILES

Coût de la formation: 42 000 DH (avance de confirmation: 8 000DH)

Nombre de place limité: 30 personnes.

Périodicité: 2 week-ends par mois

Durée: 1 année

Début des cours: 26 octobre 2019



UNIVERSITÉ MOHAMMED VI
DES SCIENCES DE LA SANTÉ
CASABLANCA



Contact :

Mme Majda BADAoui
Tel : 06 63 05 57 47
Email : mbadaoui@um6ss.ma

Les pré-inscriptions

Remplir le formulaire sur le lien:
eisp.um6ss.ma/preinsription-mmmps

WWW.UM6SS.MA



UNIVERSITÉ MOHAMMED VI
DES SCIENCES DE LA SANTÉ
CASABLANCA

L'Université Mohammed VI des Sciences de la Santé (UM6SS)
en Partenariat avec le Groupe d'Etudes et de Recherches
en Marketing de la Santé de Paris (GERMS) lancent les inscriptions pour le

MBA

MARKETING MANAGEMENT DES SERVICES ET PRODUITS DE SANTE



OBJECTIFS

- Former des cadres capables de comprendre et maîtriser les outils de Marketing et Management applicables dans le domaine spécifique des produits de la santé et de l'industrie pharmaceutique.
- Permettre aux participants de connaître le fonctionnement et l'environnement général du marché pharmaceutique et des technologies médicales.
- Développer une double compétence en Marketing et Management axée sur les produits et les services de la santé.
- Acquérir les habiletés de direction dans le domaine du Marketing et management des produits de la santé.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

La formation dans le MBA est basée sur une pédagogie moderne de 3 axes :

1. Les participants reçoivent sur la plateforme, deux semaines avant chaque module, toute la documentation, lectures et autres matériels de lecture et d'exercice ;
2. Durant les cours présentiels, nous privilégions les méthodes actives, participatives utilisant les études de cas et les cas pratiques ;
3. Après chaque module, nous encourageons et facilitons aux participants qui le désirent des visites de terrain et un accompagnement pour la réalisation de projets personnels et travaux de synthèse ;

NB : Un projet de recherche est prévu à la fin des études

PUBLIC CONCERNÉ

Pharmaciens – Médecins – Biologistes – Paramédicaux – Délégués Médicaux – Cadres et Administrateurs pharmaceutiques et autres professionnels de la santé

DÉBOUCHÉS PROFESSIONNELS

Chef de produit – Chef de gamme – Directeur de ventes – Directeur Marketing - Responsable des études de marché – Autres Managers et Administrateurs

MODALITÉS DE SÉLECTION ET ADMISSION

Le MBA Marketing Management des services et produits de Santé est destiné aux titulaires d'un diplôme universitaire d'au moins équivalent à une licence et aux lauréats de grandes écoles avec un minimum d'expérience professionnelle. Les candidats seront recrutés sur la base de Présélection sur dossier et éventuellement un entretien

MODULES DU PROGRAMME

Module 1 : Séminaire d'Intégration

Module 2 : Marketing général des produits et des services : Marketing Stratégique et Opérationnel

Module 3 : Marché pharmaceutique Marocain

Module 4 : Marché pharmaceutique international

Module 5 : Fondements et pratiques du Management

Module 6 : Marketing Pharmaceutique / Développement de médicament /Circuit du médicament

Module 7 : Projet professionnel et projet de recherche : Détermination du protocole

Module 8 : Information pharmaceutique et médicale et visite médicale

Module 9 : Organisation et gouvernance du système de la santé et place des produits de santé

Module 10 : Développement d'un plan Marketing - Compréhension du marché / Etude de marché : Générique, Princes, OTC, Dispositifs médicaux, produits dermocosmétiques

Module 11 : Réglementation du marché pharmaceutique (AMM, post AMM, enregistrement des DM)

Module 12 : Lancement de produit nouveau, fusion acquisition FUSAQ

Module 13 : Assurance qualité

Module 14 : Marketing : Marketing digital - E-Marketing : Stratégie digitale / Santé mobile et santé connectée / Nouvelles relations entre patient et professionnel de santé

Module 15 : Financement de la santé et place des produits de la santé

Module 16 : Marketing : Market Access - Etapes essentielles à la mise sur le marché de produits de santé : Sur le plan scientifique / Sur le plan économique / Sur le plan politique

Module 17 : Développement d'un plan Marketing - Planification du plan Marketing (Politique du médicament, politique des prix) / Etude de cas

Module 18 : Développement d'un plan Marketing - Activation du plan Marketing / Contrôle du plan Marketing / Etude de cas

Module 19 : Habiletés de Management et de Direction

Module 20 : Logistique appliquée aux produits pharmaceutiques

Module 21 : Visite laboratoire / Projet professionnel : Matériel et méthodes de collecte de données

Module 22 : Marketing : Serious game dans le pharma (Jeu d'entreprise)

Module 23 : Management des risques

Module 24 : Initiation à la pharmaco-épidémiologie / Initiation à la pharmaco-économie

Module 25 : Analyse des données et rédaction scientifique

Module 26 : Gestion financière et comptable

Module 27 : Séminaire de clôture