

Mastère Spécialisé

MBA en Gestion d'Entreprise
Pharma Biotech pour Soins
Infirmiers



Mastère Spécialisé MBA en Gestion d'Entreprise Pharma Biotech pour Soins Infirmiers

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 12 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Horaire: votre rythme
- » Examens: en ligne

Accès au site web: www.techtute.com/fr/infirmierie/master/master-mba-gestion-entreprise-pharma-biotech-soins-infirmiers

Sommaire

01

Présentation

page 04

02

Objectifs

page 8

03

Compétences

page 16

04

Direction de la formation

page 20

05

Structure et contenu

page 24

06

Méthodologie

page 40

07

Diplôme

page 48

01

Présentation

Relever des défis est un élément essentiel de la gestion des entreprises pharmaceutiques et biotechnologiques en raison de la nature hautement compétitive de l'industrie. Ainsi, l'évolution constante des disciplines empiriques, les progrès technologiques et les changements réglementaires constants ont créé le besoin d'une formation actualisée pour les acteurs clés de ce secteur. En conséquence, les infirmières doivent posséder de solides connaissances scientifiques et techniques, ainsi qu'une compréhension commerciale et financière de l'entreprise pour diriger avec succès ces organisations. En réponse, ce besoin, TECH, créé ce programme qui permettra aux professionnels d'acquérir des compétences dans le domaine de la gestion d'entreprise. Ce diplôme est proposé dans un format 100. en ligne, ce qui permet d'accéder au matériel d'apprentissage sans contrainte de temps.





“

Grâce. un programme intensif de 12 mois, TECH vous offre la possibilité d'actualiser vos connaissances et de devenir un professionnel. jour dans le domaine pharmaceutique et biotechnologique"

La gestion d'entreprise joue un rôle crucial dans le domaine des soins de santé en fournissant une orientation stratégique efficace et efficiente aux entreprises de l'industrie pharmaceutique et biotechnologique. Sa pertinence réside dans sa capacité. diriger et. prendre des décisions éclairées dans un environnement hautement réglementé et concurrentiel.

En outre, elle stimule la recherche et le développement de nouveaux médicaments et de thérapies innovantes, ce qui contribue au progrès de la Médecine et. l'amélioration de la qualité de vie des personnes. Dans cette perspective, il favorise également l'efficacité de la production et de la distribution des produits pharmaceutiques, garantissant ainsi une livraison rapide et sûre des médicaments. ceux qui en ont besoin.

Compte tenu de ce qui précède, TECH. mis au point un programme de Mastère Spécialisé qui offre aux infirmières une excellente remise. niveau dans le domaine de la Gestion d'Entreprises Pharma Biotech. Au cours des 12 mois d'études, vous explorerez la responsabilité des entreprises dans l'industrie, en promouvant des pratiques durables dans la création de produits pharmaceutiques. Vous étudierez également en profondeur les critères de qualité et de sécurité dans la production et la commercialisation des médicaments, ainsi que les techniques de planification budgétaire des entreprises du secteur. Ceci dans le but de favoriser l'innovation, d'améliorer le fonctionnement de l'industrie pharmaceutique et de contribuer. l'avancement de la Médecine.

Tout cela se fera sans que le professionnel ait. négliger ses responsabilités personnelles et professionnelles, puisque ce programme est proposé dans un format innovant 100. en ligne. De même, le matériel multimédia sera disponible dans une bibliothèque virtuelle,. laquelle vous pourrez accéder. tout moment et en tout lieu,. condition de disposer d'un appareil doté d'une connexion Internet.

Ce **Mastère Spécialisé en MBA en Gestion d'Entreprise Pharma Biotech pour Soins Infirmiers** contient le programme scientifique le plus complet et le plus actualisé du marché. Ses caractéristiques sont les suivantes:

- ♦ 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 sanitaires essentielles. la pratique professionnelle
- ♦ Des exercices pratiques où effectuer le processus d'auto-évaluation pour améliorer l'apprentissage
- ♦ Il met l'accent sur les méthodologies innovantes
- ♦ Cours théoriques, questions. l'expert, forums de discussion sur des sujets controversés et travail de réflexion individuel
- ♦ La possibilité d'accéder aux contenus depuis n'importe quel appareil fixe ou portable doté d'une connexion internet



Optimisez votre apprentissage. tout moment et en tout lieu grâce. la modalité 100% en ligne de ce programme"

“

Ce programme vous permettra d'approfondir vos connaissances en matière de planification budgétaire et de gestion des opérations financières dans l'Industrie Pharmaceutique”

Le corps enseignant du programme englobe des spécialistes réputés dans le domaine et qui apportent. ce programme l'expérience de leur travail, ainsi que des spécialistes reconnus dans de grandes sociétés et des universités prestigieuses.

Grâce son contenu multimédia développé avec les dernières technologies éducatives, les spécialistes bénéficieront d'un apprentissage situé et contextuel, c'est-à-dire un environnement simulé qui fournira une formation immersive programmée pour s'entraîner dans des situations réelles.

le design de ce programme est axée sur l'Apprentissage Par les Problèmes, grâce auquel le professionnel doit essayer de résoudre les différentes situations de pratique professionnelle qui se présentent tout au long du programme académique. Pour ce faire, l'étudiant sera assisté d'un innovant système de vidéos interactives, créé par des experts reconnus

Améliorez vos connaissances en Gestion de la Santé Numérique et appliquez-les. votre pratique quotidienne

Augmentez vos compétences dans l'organisation et l'optimisation des processus Pharma Biotech afin de réussir dans ce secteur.



02 Objectifs

L'objectif de ce Mastère Spécialisé est de fournir aux infirmières les outils qui leur permettront d'actualiser leurs connaissances et leurs compétences fondamentales pour réussir dans le domaine de la gestion pharmaceutique et biotechnologique. Ils pourront ainsi jouer des rôles clés dans des domaines essentiels tels que la recherche et le développement de médicaments, la gestion de projets, la production et la fabrication de ces produits.





“

Tout au long de ce programme, vous identifierez les outils et les stratégies pour réussir sur le marché Pharma Biotech”



Objectifs généraux

- ♦ Évaluer l'efficacité financière
- ♦ Optimiser la gestion du capital d'exploitation
- ♦ Comprendre ce qu'est l'Accès au Marché et comment le besoin de cette fonction se fait sentir dans l'industrie pharmaceutique
- ♦ Comprendre en profondeur les étapes. suivre pour planifier l'accès au marché d'un nouveau médicament
- ♦ Revoir les points qui devraient être analysés dans une phase préalable au développement du plan d'accès afin de comprendre l'environnement et les concurrents
- ♦ Connaître les capacités et l'éthique du Coach
- ♦ Comprendre l'essence du Coaching et son orientation vers l'apprentissage
- ♦ Acquérir des connaissances de base sur les concepts fondamentaux du leadership et 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 atteindre 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 types de création de valeur dans l'entreprise, l'aide d'exemples tirés du secteur
- ♦ Évaluer la performance dans l'entreprise
- ♦ Analyser l'Environnement VUCA
- ♦ Appliquer l'analyse PESTEL et l'analyse des 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. Gestion des Ressources Humaines

- ♦ Optimiser la gestion du capital d'exploitation
- ♦ Analyser et gérer les risques financiers
- ♦ Améliorer la planification et le budget
- ♦ Optimiser la chaîne d'approvisionnement
- ♦ Garantir 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, l'assurance privée/privée et les soins de santé subventionnés
- ♦ Évaluer les besoins non satisfaits des patients et la gestion de la chronicité
- ♦ Analyser le rôle du coût, de l'efficacité et de la sécurité en tant que facteurs déterminants des soins de santé
- ♦ Comprendre la relation professionnel-patient et les droits et devoirs de chacun
- ♦ Analyser les défis de la pression des soins et de la gestion des coûts sur la base de principes éthiques
- ♦ Définir les compétences et les attitudes nécessaires pour être un gestionnaire professionnel efficace
- ♦ Explorer le leadership et la gestion du climat émotionnel et des conflits de travail
- ♦ Utiliser la gestion du temps 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, du benchmarking, des 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
- ♦ Décrire le processus d'autorisation de mise sur le marché d'un nouveau médicament et identifier les autorités sanitaires européennes impliquées dans le processus
- ♦ Analyser les agences internationales d'évaluation des technologies de la santé
- ♦ Identifier les organismes 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 en pharmacie de ville
- ♦ Se familiariser avec les systèmes de financement traditionnels et innovants
- ♦ Comprendre les processus d'achat public de médicaments dans le système de santé espagnol
- ♦ Connaître les profils professionnels affectés au service 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 Multi-critère) et d'achat de médicaments

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

- ♦ Comprendre en profondeur les étapes suivre pour planifier l'accès au marché d'un nouveau médicament
- ♦ Revoir les points qui devraient être analysés dans une phase préalable au développement du plan d'accès afin de comprendre l'environnement et les concurrents
- ♦ Connaître et segmenter les payeurs
- ♦ Élaborer la stratégie et les 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 vendus dans les pharmacies de rue
- ♦ Connaître les exigences relatives la demande de financement des 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
- ♦ Étudier en profondeur les éléments inclus dans le dossier sur la 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 faisant la différence entre les évaluations économiques partielles et complètes

Module 7. Coaching Intégral en *Pharma Biotech*

- ♦ Connaître les capacités et l'éthique du *Coach*
- ♦ Comprendre l'essence du *Coaching* et son orientation vers l'apprentissage
- ♦ Connaître les apports du *Coaching* Nord-Américain, Humaniste-Européen et Ontologique
- ♦ Évaluer la situation actuelle du client, ses ruptures 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 service 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
- ♦ Designer des protocoles
- ♦ Élaborer un consentement éclairé et une fiche d'information pour le patient
- ♦ Comprendre l'objectif du suivi dans les essais cliniques
- ♦ Définir les responsabilités et les rôles du moniteur d'essai clinique

Module 9. Le Leadership d'Équipes en Pharmaceutique

- ♦ Acquérir des connaissances de base sur les concepts fondamentaux du leadership et 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 des équipes
- ♦ Apprendre les stratégies d'organisation et de gestion du temps pour optimiser la productivité de l'équipe
- ♦ Apprendre planifier et fixer des objectifs clairs et mesurables pour l'équipe, et évaluer efficacement ses performances
- ♦ Approfondir les compétences de gestion d'équipe, compris la motivation, la communication efficace et la résolution des conflits
- ♦ Développer des compétences décisionnelles 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
- ♦ Appliquer les connaissances acquises pour travailler un objectif commun travers le développement d'un projet spécifique

Module 10. Le *Business Plan* sur le Territoire

- ♦ Obtenir un outil efficace pour atteindre des résultats
- ♦ Définir des propositions de valeur uniques et différenciées
- ♦ Fournir des solutions réelles vos clients
- ♦ Déterminer 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 faire face
- ♦ Rechercher et satisfaire les besoins des clients
- ♦ Évaluer la concurrence

Module 11. Leadership Éthique et Responsabilité Sociale des Entreprises

- ♦ Analyser l'impact de la mondialisation sur la gouvernance et le gouvernement d'entreprise
- ♦ Évaluer l'importance d'un leadership efficace dans la gestion et la réussite des entreprises
- ♦ Définir les stratégies de gestion interculturelle et leur pertinence dans des environnements commerciaux diversifiés
- ♦ Développer des compétences en matière de leadership et comprendre les défis actuels auxquels sont confrontés les dirigeants
- ♦ Déterminer les principes et les pratiques de l'éthique des affaires et leur application dans la prise de décision au sein de l'entreprise
- ♦ Structurer des stratégies pour mettre en œuvre et améliorer la durabilité et la responsabilité sociale dans les entreprises

Module 12. Gestion des Personnes et des Talents

- ♦ Déterminer la relation entre l'orientation stratégique et la gestion des ressources humaines
- ♦ Approfondir les compétences requises pour une gestion efficace des ressources humaines basée sur les compétences
- ♦ Approfondir les méthodologies d'évaluation et de gestion des performances
- ♦ Intégrer les innovations en matière de gestion des talents et leur impact sur la rétention et la fidélisation du personnel
- ♦ Développer des stratégies de motivation et de développement d'équipes performantes
- ♦ Proposer des solutions efficaces pour la gestion du changement et la résolution des conflits dans les organisations

Module 13. Gestion Économique et Financière

- ♦ Analyser l'environnement macroéconomique et son influence sur le système financier national et international
- ♦ Définir les systèmes d'information et la Business Intelligence pour la prise de décision financière
- ♦ Faire la différence entre les décisions financières clés et la gestion des risques dans la gestion financière
- ♦ Évaluer les stratégies de planification financière et de financement des entreprises

Module 14. Direction d'Entreprise et Marketing Stratégique

- ♦ Structurer le cadre conceptuel et l'importance de la gestion du marketing dans les entreprises
- ♦ Approfondir les éléments et activités clés du Marketing et leur impact sur l'organisation
- ♦ Déterminer les étapes du processus de planification stratégique du marketing
- ♦ Évaluer les stratégies visant améliorer la communication d'entreprise et la réputation numérique de l'entreprise

Module 15. Management Directif

- ♦ Définir le concept de gestion générale et sa pertinence pour la gestion des entreprises
- ♦ Évaluer les rôles et les responsabilités de la direction dans la culture organisationnelle
- ♦ Analyser l'importance de la gestion des opérations et de la gestion de la qualité dans la chaîne de valeur
- ♦ Développer les compétences en matière de communication interpersonnelle et de prise de parole en public pour la formation des porte-parole



Vous développerez des compétences complètes en matière de coaching et apprendrez. motiver et. diriger des équipes dans un environnement hautement compétitif"

03

Compétences

Le programme offrira aux infirmières une occasion unique d'acquérir et d'actualiser les compétences fondamentales qui leur permettront de gérer avec succès des entreprises de l'industrie pharmaceutique et biotechnologique. Les professionnels qui suivront ce cursus acquerront des connaissances scientifiques et techniques, ainsi qu'une compréhension de la réglementation, de la gestion d'entreprise et un esprit novateur. Ils seront ainsi préparés. relever les défis et saisir les opportunités de ce secteur en pleine expansion.



“

*Élargissez vos connaissances et profitez
des nouvelles opportunités de carrière dans
l'industrie pharmaceutique”*



Compétences générales

- Comprendre l'importance de l'Éthique des Affaires
- Évaluer la durabilité environnementale dans le contexte de l'entreprise
- 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 médecin-médecin 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 Multi-critère) et d'achat de médicaments
- Approfondir l'analyse économique d'un médicament, en faisant la différence entre les évaluations économiques partielles et complètes
- Comprendre les phases du plan d'action: accompagnement, suivi et engagement
- Élaborer 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 un objectif commun travers le développement d'un projet spécifique
- ♦ Définir des stratégies de révision du plan
- ♦ Établir des indicateurs objectifs pour la réalisation du plan



Avec ce diplôme, vous utiliserez les meilleures pratiques pour diriger des équipes dans le secteur des soins de santé"

04

Direction de la formation

Afin de garantir un enseignement de qualité, TECH. recruté une équipe d'enseignants distingués pour ce programme. Les étudiants auront ainsi l'occasion de recevoir un enseignement dispensé par des spécialistes renommés possédant une vaste expérience dans les domaines de la pharmacie, de la Médecine et des affaires. Les infirmières pourront ainsi obtenir une qualification d'excellence qui les encouragera. exceller et progresser rapidement dans leur carrière professionnelle.



“

Vous disposerez d'un corps enseignant composé d'experts ayant une expérience dans le domaine de la Pharmacie et de l'entreprise pour vous fournir des connaissances de pointe sur l'industrie Biotech"

Direction



M. Cardenal Otero, César

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

Professeurs

M. Junco Burgos, Eduardo

- ♦ Directeur du domaine thérapeutique chez AMGEN
- ♦ Chef de service pour GRUPO CLECE (TALHER)
- ♦ Spécialiste produit chez Celgene
- ♦ Spécialiste produit chez Amgen
- ♦ Key Account Manager en Shionogi
- ♦ Licence d'Ingénieur Agronome de l'Université Polytechnique de Madrid

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
- ♦ Senior Business Management Program de l'Institut de l'Entreprise et de la Chicago Booth School of Business
- ♦ MSc en Ingénierie de Télécommunications de l'Université Polytechnique de Madrid
- ♦ Professeur associé. des programmes académiques dans sa spécialité

M. Cobo Sainz, Manuel

- ◆ Responsable des comptes clés chez Bayer
- ◆ KAM Champions chez Bayer
- ◆ Licence en Administration des Affaires et Gestion du Centre Universitaire Cesine rattaché. l'Université du Pays de Galles
- ◆ Cours d'Expert en Coaching par ECOI
- ◆ Executive MBA de Cesine
- ◆ Master en Marketing et Gestion Commerciale de l'ESIC

Dr Rodríguez Fernández, Silvia

- ◆ Conseillère Scientifique dans l'Industrie Pharmaceutique et Biotechnologique
- ◆ Project Manager Scientific Communications chez Boehringer Ingelheim Medical Unit de Boehringer Ingelheim
- ◆ Conseillère Scientifique Senior en R+D+I chez Ahead Therapeutics
- ◆ Conseillère Médical chez Ahead Therapeutics
- ◆ Product Manager dans l'équipe Marketing Inflammation d'Amgen
- ◆ Doctorat en Immunologie Avancée de l'Université Autonome de Barcelone
- ◆ MBA dans l'Industrie Pharmaceutique et Biotechnologique
- ◆ Master en Immunologie Avancée de l'Universitat Autònoma de Barcelona
- ◆ Diplôme en Sciences Biomédicales de l'Universitat Autònoma de Barcelona

Dr Palau Rodríguez, Magalí

- ◆ Doctorat en Pharmacie, expert en Recherche et Développement Alimentaire
- ◆ Chercheuse en Nutrition et Sciences Alimentaires. l'Université de Barcelone
- ◆ Coordinatrice du département Marketing pour les campagnes et le matériel éducatif
- ◆ Experte en Marketing d'Amgen dans l'Unité Métabolisme Osseux
- ◆ Doctorat en Pharmacie de l'Université de Barcelone
- ◆ MBA en Industrie Pharmaceutique et Biotechnologie. l'École EPHOS
- ◆ Master en Recherche et Développement de. l'Université de Barcelona
- ◆ Licence en Pharmacie de l'Université de Barcelone
- ◆ Instructeur en Santé et Manipulation des Aliments par la Fundació Esplai Girona



Saisissez l'occasion de vous informer sur les derniers progrès réalisés dans ce domaine afin de les appliquer. votre pratique quotidienne”

05

Structure et contenu

Le Mastère Spécialisé MBA en Gestion d'Entreprise Pharma Biotech pour Soins Infirmiers 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 du matériel pédagogique innovant tel que des vidéos, des résumés interactifs et des simulations de cas réels. Ces ressources de pointe vous permettront de vivre 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 votre rythme, sans aucune restriction.





“

Grâce. la méthode Relearning, vous réduirez vos heures d'étude et renforcerez votre compréhension. long terme"

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

- 1.1. Stratégies d'entrée sur le marché
 - 1.1.1. Investigation du marché
 - 1.1.2. Partenaires stratégiques
 - 1.1.3. Stratégies les plus utilisées
 - 1.1.4. Suivi et adaptation
- 1.2. La Gestion Stratégique dans l'Entreprise Pharmaceutique
 - 1.2.1. Les niveaux de gestion stratégique
 - 1.2.2. L'innovation
 - 1.2.3. Portefeuille
 - 1.2.4. Acquisitions
- 1.3. La Création de Valeur dans l'Entreprise
 - 1.3.1. Les types de génération de valeur dans l'entreprise
 - 1.3.2. Rendement 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 Forces de Porter
 - 1.4.4. Analyse SWOT
- 1.5. L'Analyse Interne
 - 1.5.1. Analyse de la Chaîne de Valeur
 - 1.5.2. Analyse des Ressources et Compétences
 - 1.5.3. L'analyse VRIO
 - 1.5.4. Conclusions
- 1.6. Stratégies de l'Unité Stratégique de Commerce
 - 1.6.1. L'Unité Stratégique de Commerce
 - 1.6.2. L'Avantage Concurrentiel
 - 1.6.3. Types de Stratégies Selon son Avantage Concurrentiel
 - 1.6.4. Conclusions

- 1.7. Stratégie d'Entreprise et Diversification
 - 1.7.1. Stratégie d'entreprise
 - 1.7.2. Stratégie dans le Portefeuille Commercial
 - 1.7.3. Stratégies 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. Risques liés. la Internationalisation
 - 1.8.4. Bénéfices de l'internationalisation
- 1.9. Alliances Stratégiques, Rachats et Fusions
 - 1.9.1. Stratégie de Croissance Externe vs Croissance Interne
 - 1.9.2. Alliances dans l'Industrie Pharmaceutique
 - 1.9.3. Fusions du Secteur
 - 1.9.4. Acquisitions du secteur
- 1.10. Éthique et responsabilité Sociale des Entreprises
 - 1.10.1. Éthique des Affaires
 - 1.10.2. Durabilité Environnementale
 - 1.10.3. Responsabilités sociale
 - 1.10.4. Écologie durable

Module 2. Marketing en *Pharma Biotech*

- 2.1. Omnichannel, 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. La Segmentation, le positionnement et le ciblage
 - 2.2.1. La Segmentation
 - 2.2.2. La carte de positionnement
 - 2.2.3. Le Targeting
 - 2.2.4. Conclusion

- 2.3. Étude de Marché
 - 2.3.1. Le Système du Marketing
 - 2.3.2. La Collecte d'Informations
 - 2.3.3. Le Processus de Recherche
 - 2.3.4. Conclusions
- 2.4. La Gestion de La Marque et 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. Le Plan de Marketing Numérique
 - 2.5.1. Intégrer le Marketing Numérique dans la Stratégie Marketing Globale
 - 2.5.2. Le Community Manager
 - 2.5.3. Le Plan de Marketing Numérique
 - 2.5.4. Public cible
- 2.6. Le E-Commerce
 - 2.6.1. L'entonnoir de conversion
 - 2.6.2. Promotion du E-Commerce
 - 2.6.3. Métriques
 - 2.6.4. Plateformes du e-commerce
- 2.7. Stratégies numériques
 - 2.7.1. Stratégies de communication des médias sociaux Co-crédation de contenus
 - 2.7.2. Marketing de contenus et influenceurs
 - 2.7.3. Marketing numérique au service du 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 et engagement*
 - 2.8.3. Le marketing numérique et réseau de ventes
 - 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 comme aide au diagnostic
- 2.9.3. Outils d'intelligence artificielle à l'appui de la prise en charge des patients
- 2.9.4. Dernières actualités
- 2.10. Autres technologies
 - 2.10.1. Enregistrements électroniques et collecte d'informations
 - 2.10.2. Web, et nouvelles tendances de l'économie du jeton. Impact dans l'industrie pharmaceutique
 - 2.10.3. Réalité virtuelle, augmentée et mixte
 - 2.10.4. Métavers

Module 3. Gestion des Ressources Humaines

- 3.1. Sélection du personnel
 - 3.1.1. Processus de Recrutement
 - 3.1.2. Évaluation des CV
 - 3.1.3. Entretien de Sélection
 - 3.1.4. Tests d'Aptitude et Évaluations Psychométriques
- 3.2. Compensation et bénéfices
 - 3.2.1. Conception de systèmes de compensation
 - 3.2.2. Élaboration de rémunération variable
 - 3.2.3. Conception des prestations
 - 3.2.4. Salaire émotionnel
- 3.3. Gestion des performances
 - 3.3.1. Évaluation des performances
 - 3.3.2. Programmes de promotion des Talents et de l'amélioration
 - 3.3.3. Réunions
 - 3.3.4. Programmes de rétention et de fidélisation des talents
- 3.4. L'intelligence Émotionnelle sur le Lieu de Travail
 - 3.4.1. Conscience Émotionnelle
 - 3.4.2. Gestion des Émotions
 - 3.4.3. L'empathie au Travail
 - 3.4.4. Compétences Sociales et Collaboration
- 3.5. Formation et Développement Continu
 - 3.5.1. Plans de carrière

- 3.5.2. Développement de Compétences Spécifiques
- 3.5.3. Promotion Interne et Opportunités de Croissance
- 3.5.4. Adaptation du poste de travail
- 3.6. Gestion des Équipements et Leadership
 - 3.6.1. Mettre en place des Équipes Efficaces
 - 3.6.2. Inspirer le Leadership
 - 3.6.3. Une communication Efficace
 - 3.6.4. Résolution des Conflits
- 3.7. Adaptabilité et Flexibilité de l'Organisation
 - 3.7.1. Gestion du Changement
 - 3.7.2. Flexibilité des Politiques de l'Emploi
 - 3.7.3. Innovation dans les Ressources Humaines
 - 3.7.4. Adaptation aux Nouvelles Technologies
- 3.8. Diversité et Inclusion au Travail
 - 3.8.1. Promotion de la Diversité
 - 3.8.2. Égalité des Chances
 - 3.8.3. Création d'Environnements Inclusifs
 - 3.8.4. Sensibilisation et Formation. la Diversité
- 3.9. La Psychologie Positive au Travail
 - 3.9.1. Culture Organisationnelle Positive
 - 3.9.2. Le Bien-être au Travail
 - 3.9.3. Favoriser les Attitudes Positives
 - 3.9.4. Résilience et Adaptation au Travail
- 3.10. Technologie et Ressources Humaines
 - 3.10.1. Automatisation des Processus de Ressources Humaines
 - 3.10.2. Analyse des Données pour la Prise de Décision
 - 3.10.3. Outils de Gestion des Ressources Humaines
 - 3.10.4. Cybersécurité et Protection des Données Personnelles

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

- 4.1. Système d'information hospitalière
 - 4.1.1. Mise en œuvre
 - 4.1.2. Gestion des systèmes d'information hospitalière
 - 4.1.3. Dossiers cliniques électroniques
 - 4.1.4. Inter-opérabilité des systèmes d'information
- 4.2. Télémédecine et santé en ligne
 - 4.2.1. Consultations médicales distance
 - 4.2.2. Plates-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 volumes importants de données sur la santé
 - 4.3.2. Utilisation d'analyse prédictive pour la prise de décisions
 - 4.3.3. Confidentialité
 - 4.3.4. Sécurité des données relatives. la 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 de modèles
 - 4.4.3. Chatbots
 - 4.4.4. Assistants virtuels dans les soins de santé
- 4.5. Internet des objets (IoT) dans les soins de santé
 - 4.5.1. Dispositifs médicaux connectés et surveillance. distance
 - 4.5.2. Infrastructures hospitalières intelligentes
 - 4.5.3. Applications de l'IoT dans la gestion des inventaires
 - 4.5.4. Fournitures
- 4.6. Cybersécurité dans les soins de santé
 - 4.6.1. Protection des données de santé et conformité réglementaire
 - 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. 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. 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. Confidentialité

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

- 5.1. Accès au Marché dans l'industrie pharmaceutique
 - 5.1.1. Qu'entendons-nous par Accès au Marché?
 - 5.1.2. Pourquoi un service d'Accès au Marché est-il nécessaire?
 - 5.1.3. Fonctions du service d'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 du Médicament (EMA)
 - 5.2.4. Procédure d'autorisation de mise sur le marché d'un nouveau médicament: procédures centralisée, décentralisée et de reconnaissance mutuelle
- 5.4. Évaluation des nouveaux médicaments
 - 5.4.1. Agences d'Évaluation des Technologies de la Santé
 - 5.4.2. Internationaux
 - 5.4.3. Européen
 - 5.4.4. Rapports de Positionnement Thérapeutique (RPT)
 - 5.4.6. Décideurs et personnes d'influence
- 5.5. Autres évaluations de nouveaux médicaments
 - 5.5.1. Évaluations du groupe GENESIS
 - 5.5.2. Évaluations régionales
 - 5.5.3. Évaluations dans les pharmacies hospitalières: Comités de Pharmacie et de Thérapeutique
 - 5.5.4. Autres évaluations
- 5.6. De l'autorisation d'un médicament à sa mise. disposition du patient
 - 5.6.1. Processus de demande de prix et de remboursement pour les nouveaux médicaments
 - 5.6.2. Commercialisation et conditions de financement
 - 5.6.3. Procédure d'accès aux médicaments au niveau de l'hôpital
 - 5.6.4. Procédure d'accès aux médicaments délivrés dans les pharmacies de rue
 - 5.6.5. Accès de médicaments génériques et biosimilaires
- 5.7. Financement des médicaments
 - 5.7.1. Schémas de financement traditionnels face aux nouveaux schémas
 - 5.7.2. Dispositions innovantes
 - 5.7.3. Arrangements de partage des risques (APR)
 - 5.7.4. Types de APR
 - 5.7.5. Critères de sélection de l'APR
- 5.8. Processus d'achat des médicaments
 - 5.8.1. Marchés publics
 - 5.8.2. Centralisation des achats des médicaments et des dispositifs médicaux
 - 5.8.3. Accords-cadres
 - 5.8.4. Conclusions

- 5.9 Département d'Accès au Marché (1). Profils professionnels
 - 5.9.1 Évolution du profil des professionnels de l'Accès au Marché
 - 5.9.2 Profils professionnels dans l'Accès au Marché
 - 5.9.3 Responsable de l'Accès au Marché (*Market Access Manager*)
 - 5.9.4 Pharmacoeconomie
 - 5.9.5 Prix (Pricing)
 - 5.9.6 *Key Account Manager*
- 5.10. Département d'Accès au Marché (2). Interaction avec les autres départements de l'industrie pharmaceutique
 - 5.10.1. Marketing et Ventes
 - 5.10.2. Département Médical
 - 5.10.3. Relations Institutionnelles
 - 5.10.4. *Regulatory*
 - 5.10.5. Communication

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

- 6.1. Planification de l'accès au marché d'un médicament
 - 6.1.1. Analyse du scénario actuel: gestion de la maladie, concurrents
 - 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. Chronologie de la mise en œuvre de la stratégie
- 6.2. Gestion de l'accès au marché d'un médicament
 - 6.2.1. Gestion d'accès au niveau régional
 - 6.2.2. 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 soins primaires
- 6.3. Valeur clinique d'un médicament
 - 6.3.1. La valeur fondée 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. Résultats rapportés par le patient (*ou Patient Reported Outcomes, PRO*)
 - 6.4.2. Qualité de vie liée à la santé (QVLS)
 - 6.4.3. Satisfaction. 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. définir
 - 6.5.3. Évaluations économiques partielles
 - 6.5.4. Coûts et charge de la maladie
 - 6.5.5. Coût des conséquences
- 6.6. Études d'analyse économique
 - 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. Évaluations d'analyse économique
 - 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. Contenus du dossier de valeur
 - 6.8.2. La valeur clinique du médicament
 - 6.8.3. La valeur économique du médicament
 - 6.8.4. La 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. Documentation requise
 - 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. apprendre
 - 7.1.4. Film recommandé: Le guerrier Pacifique
- 7.2. Le processus de Coaching. Écoles et Modèles
 - 7.2.1. Contributions du Coaching d'Amérique du Nord
 - 7.2.2. Contributions du Coaching Humaniste-Européen
 - 7.2.3. Contributions du Coaching Ontologique
 - 7.2.4. Conclusions
- 7.3. Le Coachee-Client
 - 7.3.1. Présent. Répartition. Objectifs
 - 7.3.2. Comment connaître la situation de chacun au sein d'une équipe professionnelle et pouvoir ainsi surmonter les problèmes afin d'atteindre les objectifs
 - 7.3.3. Connaître la situation actuelle grâce. l'outil "LA ROUE DE LA VIE PROFESSIONNELLE"
 - 7.3.4. Conclusions
- 7.4. Situation Idéale
 - 7.4.1. Où je vais
 - 7.4.2. Identifier l'objectif, la vision et la clarification des objectifs. la fois en tant que praticien individuel et en tant que coordinateur d'une équipe
 - 7.4.3. Modèle GROW
 - 7.4.4. Exemple: Lorsque vous souhaitez que chaque membre de votre équipe suive 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. Capacité 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. La Technique- La Corporalité
 - 7.8.1. Qui suis-je. partir de mon corps?
 - 7.8.2. La posture et le mouvement
 - 7.8.3. Tendances qui soutiennent ou bloquent les conversations avec le corps
 - 7.8.4. Conclusions
- 7.9. Questions puissantes. Comment utiliser les questions pour aider chaque membre de votre équipe. trouver la meilleure version de lui-même
 - 7.9.1. Déterminer le profil de nos clients et élaborer un plan d'action
 - 7.9.2. 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 permettre au client de trouver ses propres solutions
- 7.10. L'Action
 - 7.10.1. Phases du Plan d'Action
 - 7.10.2. Accompagner
 - 7.10.3. Le suivi
 - 7.10.4. L'engagement
 - 7.10.5. Comment établir 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 département médical dans différentes entreprises
 - 8.1.2. Objectif et fonctions du département
 - 8.1.3. Rôles dans le département médical
 - 8.1.4. Les relations avec les autres départements: Marketing, Accès, Ventes, etc
 - 8.1.5. Possibilités de carrière dans le 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 et des Chercheurs
 - 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 Au Patient et Consentement Éclairé
- 8.4. Suivi des Essais: Suivi et contrôle
 - 8.4.1. Visite de Surveillance
 - 8.4.1.1. Visite de Pré-Étude
 - 8.4.1.2. Visite de démarrage
 - 8.4.1.3. Visite de Surveillance
 - 8.4.1.4. Visite de Clôture
 - 8.4.2. Surveillance. Distance
 - 8.4.3. Rapports de Visite de Surveillance
 - 8.4.4. Gestion des données Obtenir des résultats
- 8.5. Études de Pratique Clinique Réelle. RWE
 - 8.5.1. Études de 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 les Medical Affairs et les Autres Départements (Opérations Cliniques et 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. la pointe de la technologie
 - 8.6.3. Le rôle de co-leadership du secteur Médical
 - 8.6.4. *Affairs* dans les organisations pharmaceutiques multifonctionnelles
- 8.7. Rôles dans ce que 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 PCH
 - 8.7.3.1. Advisory Board et programmes de promotion
 - 8.7.3.2. Publications scientifiques
 - 8.7.3.3. Planification des 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. Investigator *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. Liaison avec les Professionnels et les Organisations de la Santé
 - 8.8.1.3. Liaison avec les Organisations 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 en matière de promotion et d'information médicales
- 8.9. Information Médicale
 - 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*, Cochrane CENTRAL, 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 dans les Essais Cliniques
 - 8.10.1.1. Cadre Juridique, et Définitions
 - 8.10.1.2. Gestion des Événements Indésirables
 - 8.10.2. Notification des Événements Indésirables, Eudravigilance
 - 8.10.3. Rapports Périodiques de Sécurité
 - 8.10.4. Pharmacovigilance dans les Autres Essais Cliniques: Études Post-autorisation

Module 9. Le Leadership d'Équipes en Pharmaceutique

- 9.1. Le leadership
 - 9.1.1. Introduction au leadership
 - 9.1.2. Le pouvoir et influence
 - 9.1.3. Qu'est-ce que le leadership?
 - 9.1.4. Conclusions
- 9.2. Théorie Sur le 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 des équipes
- 9.5. Habilités pour la gestion des équipes
 - 9.5.1. Objectifs
 - 9.5.2. Objectifs
 - 9.5.3. Gestion du temps
 - 9.5.4. Gestion des 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 en matière d'éthique

- 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. Habilités
 - 9.8.3. Gestion de conflits
 - 9.8.4. Négociation en équipe
 - 9.9. Développement des Personnes
 - 9.9.1. Équipements
 - 9.9.2. Motivation
 - 9.9.3. Visibilité
 - 9.9.4. Conclusions
 - 9.10. Objectif Commun, Développement d'un Projet
 - 9.10.1. L'objectif commun, lequel est-ce
 - 9.10.2. Équipes pluridisciplinaires
 - 9.10.3. Création d'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 départements clés dans l'élaboration d'un plan d'action :
 - 10.2.3. Gestion Générale
 - 10.2.3.1. Gestion des Ventes
 - 10.2.3.2. Département 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. De quelles informations ai-je besoin 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. Établir des résultats
 - 10.4. Plan commercial et de marketing
 - 10.4.1. Ressources commerciales pour établir un plan
 - 10.4.2. Choisir le plan en fonction de notre objectif
 - 10.4.3. Stratégies de marketing: alignement
 - 10.4.4. Ressources marketing comme levier
 - 10.5. 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 concurrentielle
 - 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. Plan 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 risques 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
 - 10.8.3. KPI: indicateurs de performance
 - 10.8.4. Conclusions
- 10.9. Analyse finale du plan d'entreprise
 - 10.9.2. Respect des délais
 - 10.9.3. Analyse des résultats
 - 10.9.4. Analyse budgétaire
- 10.10. Plan de marketing pharma biotech
 - 10.10.1. Analyse du marché
 - 10.10.2. Compétences
 - 10.10.3. Public cible
 - 10.10.4. Positionnement de la marque

Module 11. Leadership Éthique et Responsabilité Sociale des Entreprises

- 11.1. Mondialisation et Gouvernance
 - 11.1.1. Gouvernance et Gouvernement d'entreprise
 - 11.1.2. Principes fondamentaux de la Gouvernance d'entreprise dans les sociétés
 - 11.1.3. Le rôle du Conseil d'Administration dans le cadre de la Gouvernance d'Entreprise
- 11.2. *Cross Cultural Management*
 - 11.2.1. Concept de *Cross Cultural Management*
 - 11.2.2. Contributions. la Connaissance des Cultures
 - 11.2.3. Gestion de la diversité
- 11.3. Durabilité
 - 11.3.1. Durabilité et Développement Durable
 - 11.3.2. Agenda 2030
 - 11.3.3. Entreprises durables



- 11.4. Systèmes et outils de Gestion responsable
 - 11.4.1. RSC: Responsabilité sociale des entreprises
 - 11.4.2. Questions clés pour la mise en œuvre d'une stratégie de gestion responsable
 - 11.4.3. Étapes de la mise en œuvre d'un système de gestion de la responsabilité sociale des entreprises
 - 11.4.4. Outils et normes du RSC
- 11.5. Multinationales et Droits de l'homme
 - 11.5.1. Mondialisation, entreprises multinationales et droits de l'homme
 - 11.5.2. Entreprises multinationales face au droit international
 - 11.5.3. Instruments juridiques pour les multinationales dans la législation sur les droits de l'homme
- 11.6. Environnement juridique et *Corporate Governance*
 - 11.6.1. Importation et exportation
 - 11.6.2. Propriété intellectuelle et industrielle
 - 11.6.3. Droit international du travail

Module 12. Gestion des personnes et des talents

- 12.1. La direction Stratégique des personnes
 - 12.1.1. Direction Stratégique et Ressources Humaines
 - 12.1.2. La direction stratégique des personnes
- 12.2. Gestion des ressources humaines basée sur les compétences
 - 12.2.1. Analyse du potentiel
 - 12.2.2. Politique de rémunération
 - 12.2.3. Plans de carrière/succession
- 12.3. Évaluation et gestion des performances
 - 12.3.1. Gestion des performances
 - 12.3.2. La gestion des performances: Objectifs et Processus
- 12.4. Motivation
 - 12.4.1. La nature de la motivation
 - 12.4.2. La théorie de l'espérance
 - 12.4.3. Théories des besoins
 - 12.4.4. Motivation et compensation économique
- 12.5. Développer des équipes performantes
 - 12.5.1. Équipes performantes: équipes autogérées
 - 12.5.2. Méthodes de gestion des équipes autogérées haute performance

- 12.6. Gestion du changement
 - 12.6.1. Gestion du changement
 - 12.6.2. Les étapes du processus de gestion du changement
 - 12.6.3. Les composantes de l'analyse dans la gestion du changement
- 12.7. Productivité, attraction, rétention et activation des talents
 - 12.7.1. Productivité
 - 12.7.2. Leviers d'attraction et rétention des talents

Module 13. Gestion Économique et Financière

- 13.1. Environnement Économique
 - 13.1.1. Environnement macroéconomique et système financier
 - 13.1.2. Institutions financières
 - 13.1.3. Marchés financiers
 - 13.1.4. Actifs financiers
 - 13.1.5. Autres entités du secteur financier
- 13.2. Comptabilité de gestion
 - 13.2.1. Concepts de base
 - 13.2.2. Actif de l'entreprise
 - 13.2.3. Passif de l'entreprise
 - 13.2.4. Le Capitaux propres de l'entreprise
 - 13.2.5. Compte de résultat
- 13.3. Systèmes d'information et *business intelligence*
 - 13.3.1. Principes fondamentaux et classification
 - 13.3.2. Phases et méthodes de répartition des coûts
 - 13.3.3. Choix du centre de coûts et de l'effet
- 13.4. Budget et Contrôle de Gestion
 - 13.4.1. Le modèle budgétaire
 - 13.4.2. Le budget d'investissement
 - 13.4.3. Le budget de fonctionnement
 - 13.4.5. Le budget de trésorerie
 - 13.4.6. Le suivi budgétaire

- 13.5. Direction Financière
 - 13.5.1. Les Décision financiers de l'entreprise
 - 13.5.2. Département financier
 - 13.5.3. Les excédents de trésorerie
 - 13.5.4. Les risques liés. la gestion financière
 - 13.5.5. Gestion des risques liés. la gestion financière
- 13.6. Planification Financière
 - 13.6.1. Planification financière
 - 13.6.2. Actions. entreprendre dans le cadre de la planification financière
 - 13.6.3. Créer et établir la stratégie de l'entreprise
 - 13.6.4. Le tableau des *Cash Flow*
 - 13.6.5. Le tableau des fonds de roulementLe tableau des fonds de roulement
- 13.7. Stratégie financière de l'entreprise
 - 13.7.1. Stratégie de l'entreprise et sources de financement
 - 13.7.2. Produits de financement des entreprises
- 13.8. Financement Stratégique
 - 13.8.1. Autofinancement
 - 13.8.2. Augmentation des fonds propres
 - 13.8.3. Ressources hybrides
 - 13.8.4. Financement par des intermédiaires
- 13.9. Analyse et planification financières
 - 13.9.1. Analyse du Bilan
 - 13.9.2. Analyse du Compte de Résultat
 - 13.9.3. Analyse de la Rentabilité
- 13.10. Analyses et résolution de problèmes
 - 13.10.1. Informations financières sur Industria de Diseño. Textil, S.A. (INDITEX)

Module 14. Direction d'Entreprise et Marketing Stratégique

- 14.1. Gestion commerciale
 - 14.1.1. Cadre conceptuel du Gestion commerciale
 - 14.1.2. Stratégie et planification Commercial
 - 14.1.3. Le rôle du Directeur Commerciale
- 14.2. Marketing
 - 14.2.1. Concept de marketing
 - 14.2.2. Éléments de base du Marketing
 - 14.2.3. Activités de Marketing de l'entreprise
- 14.3. Gestion Stratégique du Marketing
 - 14.3.1. Concept de Marketing stratégique
 - 14.3.2. Concept de planification stratégique du Marketing
 - 14.3.3. Les étapes du processus de planification stratégique du marketing
- 14.4. Marketing numérique et e-commerce
 - 14.4.1. Objectifs du Marketing Numérique et e-commerce
 - 14.4.2. Marketing Numérique et médias utilisés
 - 14.4.3. Commerce électronique. Contexte général
 - 14.4.4. Catégories de commerce électronique
 - 14.4.5. Avantages et inconvénients du *E-commerce* par rapport au commerce traditionnel
- 14.5. Marketing digital pour renforcer la marque
 - 14.5.1. Stratégies en ligne pour améliorer la réputation de votre marque
 - 14.5.2. *Branded Content. Storytelling*
- 14.6. Marketing digital pour attirer et fidéliser les clients
 - 14.6.1. Stratégies de fidélisation et de liaison par Internet
 - 14.6.2. *Visitor Relationship Management*
 - 14.6.3. Hyper-segmentation
- 14.7. Gestion des campagnes numériques
 - 14.7.1. Qu'est-ce qu'une campagne de publicité numérique?
 - 14.7.2. Étapes du lancement d'une campagne de marketing en ligne
 - 14.7.3. Erreurs dans les campagnes de publicité numérique
- 14.8. Stratégie de vente
 - 14.8.1. Stratégie de vente
 - 14.8.2. Méthodes de vente

- 14.9. Communication d'Entreprise
 - 14.9.1. Concept
 - 14.9.2. Importance la communication dans l'Organisation
 - 14.9.3. Type de la communication dans les organisations
 - 14.9.4. Fonction la communication dans l'Organisation
 - 14.9.5. Éléments de communication
 - 14.9.6. Problèmes de la communication
 - 14.9.7. Scénario de la communication
- 14.10. Communication et réputation digitale
 - 14.10.1. Réputation en ligne
 - 14.10.2. Comment mesurer la réputation numérique?
 - 14.10.3. Outils de réputation en ligne
 - 14.10.4. Rapport sur la réputation en ligne
 - 14.10.5. *Branding* online

Module 15. *Management* Directif

- 15.1. *General Management*
 - 15.1.1. Concept *General Management*
 - 15.1.2. L'action du Manager General
 - 15.1.3. Le Directeur Général et ses fonctions
 - 15.1.4. Transformation du travail de la Direction
- 15.2. Le manager et ses fonctions. La culture organisationnelle et ses approches
 - 15.2.1. Le manager et ses fonctions. La culture organisationnelle et ses approches
- 15.3. Direction des opérations
 - 15.3.1. Importance de la gestion
 - 15.3.2. La chaîne de valeur
 - 15.3.3. Gestion de qualité
- 15.4. Discours et formation de porte-parole
 - 15.4.1. Communication interpersonnelle
 - 15.4.2. Compétences communicatives et l'influence
 - 15.4.3. Obstacles. la communication

- 15.5. Outils de communication personnels et organisationnels
 - 15.5.1. Communication interpersonnelle
 - 15.5.2. Outils de communication interpersonnelle
 - 15.5.3. La communication dans l'organisation
 - 15.5.4. Outils dans l'organisation
- 15.6. La communication en situation de crise
 - 15.6.1. Crise
 - 15.6.2. Phases de la crise
 - 15.6.3. Messages: contenu et calendrier
- 15.7. Préparer un plan de crise
 - 15.7.1. Analyse des problèmes potentiels
 - 15.7.2. Planification
 - 15.7.3. Adéquation du personnel
- 15.8. *Branding* Personnel
 - 15.8.1. Stratégies pour développer le Personal Branding
 - 15.8.2. Les lois de l'image de marque personnelle
 - 15.8.3. Outils de construction du Personal Branding



En seulement 12 mois, vous explorerez les aspects les plus pertinents de la stratégie concurrentielle, du marketing et de la finance dans 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: ***el 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***.



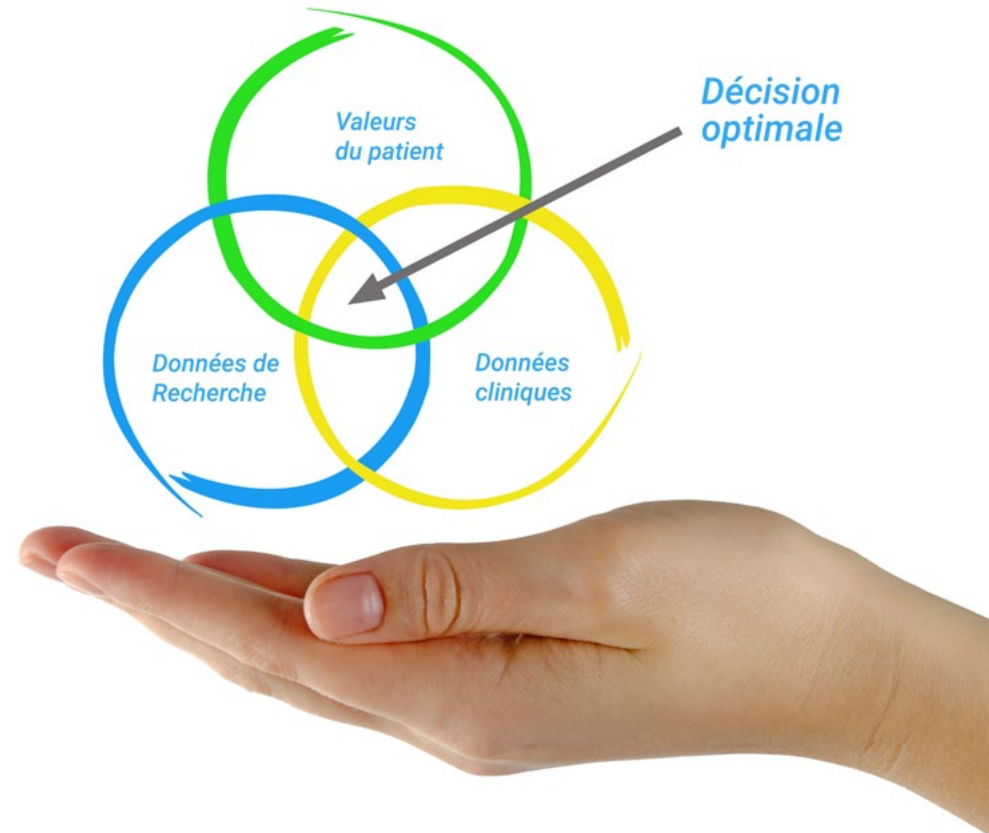
“

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, School nous utilisons la Méthode des cas

Dans une situation clinique 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 personnels infirmiers apprennent mieux, plus rapidement et plus durablement dans le temps.

Avec TECH, le personnel infirmier fait 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 réelle, en essayant de recréer les véritables conditions de la pratique professionnelle des soins infirmiers.

“

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 acquis fondamentaux:

1. Les personnels infirmiers 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 au professionnel des soins infirmiers une meilleure intégration des connaissances dans le domaine hospitalier ou des soins de santé primaires.
3. L'assimilation des idées et des concepts est rendue plus facile et plus efficace, grâce à l'utilisation de situations issues de la réalité.
4. Le sentiment d'efficacité de l'effort investi devient un stimulus très important pour les étudiants, qui se traduit par un plus grand intérêt pour l'apprentissage et une augmentation du temps passé à travailler sur le cours.



Relearning Methodology

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

Notre Université est la première au monde à combiner l'étude de cas cliniques avec un système d'apprentissage 100% en ligne basé sur la pratique et combinant un minimum de 8 éléments différents dans chaque cours. Ceci représente une véritable révolution par rapport à une simple étude et analyse de cas.

Le personnel infirmier apprendra à travers des études de cas réels ainsi qu'en s'exerçant à résoudre des situations complexes dans des environnements d'apprentissage simulés. Ces simulations sont développées à l'aide de logiciels de pointe pour faciliter l'apprentissage par immersion.



Selon les indicateurs de qualité de la meilleure université en ligne du monde hispanophone (Columbia University). La méthode Relearning, à la pointe de la pédagogie mondiale, a réussi à améliorer le niveau de satisfaction globale des professionnels finalisant leurs études.

Grâce à cette méthodologie, nous avons formé plus de 175.000 infirmiers avec un succès sans précédent et ce dans toutes les spécialités, quelle que soit la charge pratique. 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.



Ce programme offre le meilleur matériel pédagogique, soigneusement préparé pour les professionnels:



Support d'étude

Tous les contenus didactiques sont créés par les spécialistes qui vont enseigner le programme universitaire, spécifiquement pour lui, de sorte que le développement didactique est vraiment spécifique et concret.

Ces contenus sont ensuite appliqués au format audiovisuel, pour créer la méthode de travail TECH en ligne. 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 infirmières en vidéo

Nous vous rapprochons des dernières techniques, des dernières avancées pédagogiques à l'avant-garde des techniques actuelles des soins infirmiers. Tout cela, à la première personne, expliqué et détaillé rigoureusement pour atteindre une compréhension complète et une assimilation optimale. Et surtout, vous pouvez les visionner 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

Nous évaluons et réévaluons périodiquement vos connaissances tout au long du programme, par le biais d'activités et d'exercices d'évaluation et d'auto-évaluation: vous pouvez ainsi constater vos avancées et savoir si vous avez atteint vos objectifs.



Cours magistraux

Il existe des preuves scientifiques de l'utilité de l'observation par un tiers expert. La méthode "Learning from an Expert" renforce les connaissances et la mémoire, et donne confiance dans les futures 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 MBA en Gestion d'Entreprise Pharma Biotech pour Soins Infirmiers garantit, outre la formation la plus rigoureuse et la plus actualisée, l'accès à un diplôme de Mastère Spécialisé délivré par TECH Université Technologique.



“

Terminez ce programme avec succès et recevez votre diplôme sans avoir. vous soucier des déplacements ou des formalités administratives”

Ce **Mastère Spécialisé en MBA en Gestion d'Entreprise Pharma Biotech pour Soins Infirmiers** contient le programme scientifique le plus complet et le plus actualisé du marché.

Après avoir passé l'évaluation, l'étudiant recevra par courrier* avec accusé de réception son diplôme de **Mastère Spécialisé** délivrée 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 MBA en Gestion d'Entreprise Pharma Biotech pour Soins Infirmiers**

Modalité: **en ligne**

Durée: **12 mois**



*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 qualifications
en ligne formations
développement institutions
classe virtuelle langues

tech université
technologique

Mastère Spécialisé

MBA en Gestion
d'Entreprise Pharma
Biotech pour Soins
Infirmiers

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 12 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Horaire: votre rythme
- » Examens: en ligne

Mastère Spécialisé

MBA en Gestion d'Entreprise
Pharma Biotech pour Soins
Infirmiers