

Mastère Spécialisé

MBA en Direction et Gestion de Pharmacie





tech université
technologique

Mastère Spécialisé MBA en Direction et Gestion de Pharmacie

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

Accès au site web: www.techtitute.com/fr/pharmacie/master/master-mba-direction-gestion-pharmacie

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 38

06

Méthodologie

page 46

07

Diplôme

page 54

01

Présentation

Les soins dispensés par les pharmaciens ont toujours été l'un des piliers du soutien à la population générale. Aujourd'hui, cette pertinence a pris un rôle encore plus important, ce qui exige du professionnel une formation ou un recyclage plus approfondi et plus complet. Dans ce Mastère Spécialisé, nous offrons aux professionnels de la pharmacie les outils de gestion et d'administration nécessaires pour développer l'activité avec la solvabilité requise dans les domaines les plus pratiques. Ceux qui peuvent déterminer la force de marché d'une pharmacie.



“

*Les connaissances les plus étendues
du Mastère Spécialisé en Direction et
Gestion de Pharmacie sont compilées
pour vous dans un enseignement de
la plus haute qualité”*

Ce Mastère Spécialisé répond à un besoin important de mise à jour des connaissances dans le secteur de la pharmacie. Aujourd'hui, cette exigence répond entre autres à la croissance de la profession et à la demande de pharmacies dans le secteur public, ce qui fait de cette mise à jour une opportunité pour les professionnels de la pharmacie occupant des postes administratifs et de gestion.

Les connaissances du professionnel ne doivent plus se limiter à la maîtrise de la pharmacologie et aux connaissances du pharmacien en matière de soins de santé, mais nécessitent des compétences qui le positionneront dans le monde des affaires de manière stable et compétitive.

Grâce à une méthode d'étude dont l'efficacité est avérée, vous pourrez acquérir des compétences dans les domaines du leadership et de la gestion, ainsi que dans les domaines essentiels du développement commercial.

Ce **Mastère Spécialisé en MBA en Direction et Gestion de Pharmacie** contient le programme scientifique le plus complet et le plus actualisé du marché. Ses caractéristiques sont les suivantes:

- ◆ Le développement de cas pratiques présentés par des experts
- ◆ Son contenu graphique, schématique et éminemment pratique, qui vise à fournir des informations scientifiques et pratiques sur les disciplines essentielles à la pratique professionnelle
- ◆ Les exercices pratiques où effectuer le processus d'auto-évaluation pour améliorer l'apprentissage
- ◆ Il met l'accent sur les méthodologies innovantes
- ◆ Cours théoriques, questions à l'expert, forums de discussion sur des sujets controversés et travail de réflexion individuel
- ◆ Il est possible d'accéder aux contenus depuis tout appareil fixe ou portable doté d'une connexion à internet



Ce Mastère Spécialisé en Direction et Gestion de Pharmacie vous aidera à vous tenir à jour afin de fournir des soins complets et de qualité"

“

Ce Mastère Spécialisé est le meilleur investissement que vous puissiez faire dans le choix d'un programme de remise à niveau scientifique pour deux raisons: outre la mise à jour de vos connaissances, vous serez en mesure de propulser tout cabinet de pharmacie vers le succès"

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

Son contenu multimédia, développé avec les dernières technologies éducatives, permettra au professionnel un apprentissage situé et contextuel, c'est-à-dire un environnement simulé qui fournira un étude immersif programmé pour s'entraîner dans des situations réelles.

La conception de ce programme est basée sur l'Apprentissage Par les Problèmes, par laquelle le pharmacien doit tenter de résoudre les différentes situations d'exercice professionnel qui se présentent. Pour ce faire, le spécialiste sera assisté d'un système vidéo interactif innovant créé par des experts reconnus et expérimentés dans le domaine du Mastère Spécialisé en Direction et Gestion de Pharmacie.

Augmentez votre confiance dans la prise de décision en actualisant vos connaissances grâce à ce Mastère Spécialisé.

Profitez de l'occasion pour découvrir les dernières avancées dans ce domaine et les appliquer à votre pratique quotidienne.



02 Objectifs

L'objectif de ce master très complet est de vous accompagner et d'encourager les étudiants dans un processus de croissance professionnelle qui vous permettra d'atteindre un autre niveau de performance. Avec les connaissances les plus actuelles et les plus pertinentes du moment dans le cadre d'une formation axée sur la pratique intensive.





“

Une mise à jour complète et efficace sur la gestion du bureau de pharmacie qui vous propulsera à un autre niveau d'intervention"

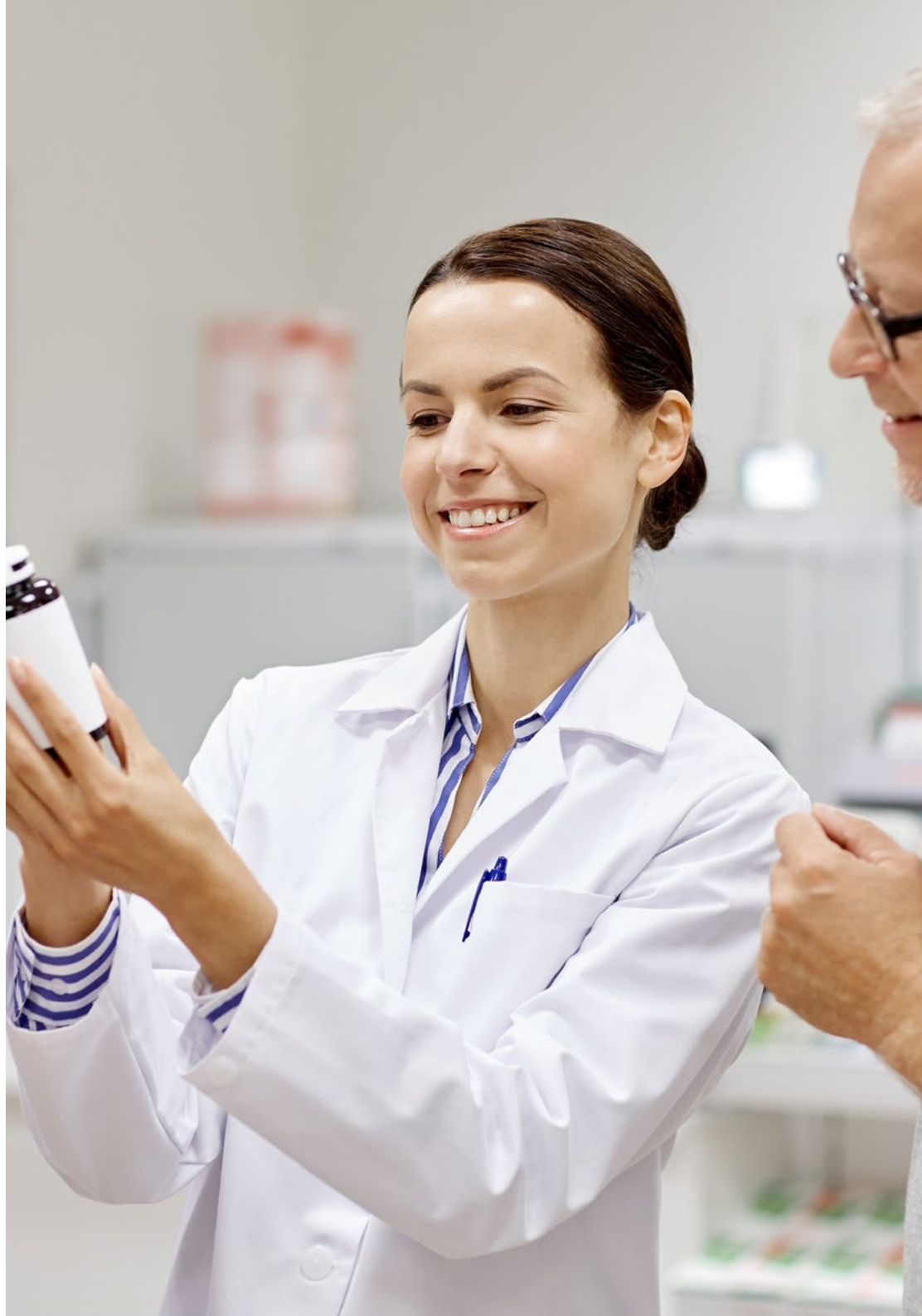


Objectifs généraux

- ◆ Acquérir les connaissances et les techniques indispensables pour assumer et organiser les responsabilités organisationnelles d'une pharmacie
- ◆ Apprendre la gestion responsable
- ◆ Savoir gérer le domaine financier de la pharmacie
- ◆ Savoir comment gérer tous les aspects des Ressources Humaines
- ◆ Apprendre à connaître le client/patient sous tous ses aspects
- ◆ Analyser les processus d'achat et les moyens logistiques les plus efficaces
- ◆ Savoir gérer tous les aspects des Ressources Humaines
- ◆ Analyser les processus de marketing
- ◆ Étudier la gestion des ventes
- ◆ Apprendre la communication externe et interne
- ◆ Découvrez la gestion des services au sein du bureau de la pharmacie
- ◆ Apprenez tout ce que vous devez savoir sur le contrôle de la qualité, les normes et les certifications



Des objectifs réalistes qui se traduiront par des progrès immédiats dans votre travail"





Objectifs spécifiques

Module 1. Gestion responsable d'une pharmacie

- ◆ Apprendre le rôle de la pharmacie communautaire
- ◆ Étude des techniques de promotion de la santé dans les pharmacies communautaires
- ◆ Apprendre à mettre en œuvre les bonnes pratiques en pharmacie communautaire.
- ◆ S'informer sur l'utilisation appropriée des médicaments et des dispositifs médicaux
- ◆ Pour connaître le Secret professionnel
- ◆ Analyser la responsabilité sociale des entreprises appliquée à la pharmacie
- ◆ Connaître l'organisation de la pharmacie

Module 2. Gestion économique-financière de la pharmacie

- ◆ Gestion économique-financière de la pharmacie
- ◆ Apprendre à utiliser les ratios financiers et économiques en pharmacie
- ◆ Savoir gérer les inventaires

Module 3. Direction et Gestion des Ressources Humaines en pharmacie

- ◆ Apprendre les modèles d'organisation
- ◆ Savoir effectuer une sélection et un entretien du personnel
- ◆ Apprendre les interdépendances et le leadership
- ◆ Étude sur les modèles de gestion
- ◆ Étude sur RH en pharmacie
- ◆ Apprendre la prévention des risques professionnels
- ◆ Organisation et communication interne

Module 4. Optimisation des processus d'achat et de logistique de la pharmacie

- ◆ Pour connaître les opérateurs logistiques et leurs modèles d'approvisionnement
- ◆ Apprenez à gérer les fournisseurs et tous les processus avant et après l'achat de produits
- ◆ Pour voir comment le stock est géré
- ◆ Apprenez à promouvoir et à lancer de nouveaux produits

Module 5. Gestion des clients/patients

- ◆ Analyser la communication avec le client/patient
- ◆ Reconnaître la segmentation de la clientèle
- ◆ Apprendre la psychologie du consommateur
- ◆ Réaliser des programmes de fidélisation des clients
- ◆ Module 6. Marketing Pharmaceutique
- ◆ Étudier les principes fondamentaux du marketing pharmaceutique et relationnel
- ◆ Pour en savoir plus sur les études de marché dans le cabinet pharmaceutique
- ◆ Étude sur le merchandising pharmaceutiques, publicité et promotion
- ◆ Connaître les processus de numérisation de la pharmacie, le Marketing Stratégique et le Micromarketing

Module 7. Ventes en Pharmacie

- ◆ Approfondir la psychologie appliquée aux techniques de vente
- ◆ Connaître le fonctionnement du Cycle de vente
- ◆ Apprendre à Prévoir les ventes
- ◆ Comprendre les différentes politiques de tarification
- ◆ Approfondir les différentes typologies de produits
- ◆ Connaître les techniques de rentabilisation des produits
- ◆ Répondre aux différents types d'achats et de clients
- ◆ Connaître les bases de la vente croisée et de la vente incitative
- ◆ Connaître la manière d'agir face à des situations compromettantes
- ◆ Connaître les bases du Digital e-commerce Management

Module 8. Communication en pharmacie

- ◆ Apprendre la communication interne et la gestion des conflits
- ◆ Voir les formes de communication avec le client
- ◆ Apprendre l'importance de l'image de la pharmacie
- ◆ Étudier les supports techniques de la communication
- ◆ Intégrer des stratégies pour agir dans les réseaux sociaux
- ◆ Découvrir l'utilisation du marketing numérique pour attirer et fidéliser les clients.

Module 9. Gestion des services professionnels dans le bureau de la pharmacie

- ◆ Analyser quels services peuvent être développés dans la pharmacie
- ◆ Étudier comment sélectionner et mettre en œuvre les services et leurs exigences



Module 10. Gestion de la Qualité en Pharmacie

- ◆ Pour connaître les certifications de qualité de la Pharmacie
- ◆ Apprendre à réaliser la Gestion Stratégique et la Gestion de la Qualité totale (TQM)
- ◆ Savoir quels sont les points de contrôle et les indicateurs d'amélioration
- ◆ Identifier les niches stratégiques et les avantages concurrentiels

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 des 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 la mise en œuvre et l'amélioration de la durabilité et de 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 international
- ◆ Définir les systèmes d'information et la Business Intelligence pour la prise de décision financière
- ◆ Distinguer les décisions financières clés et la gestion des risques dans la gestion financière
- ◆ Évaluer les stratégies de planification financière et d'obtention d'un financement d'entreprise

Module 14. Management Exécutif

- ◆ Définir le concept de Gestion Générale et sa pertinence dans la gestion d'entreprise
- ◆ 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 des compétences en matière de communication interpersonnelle et de prise de parole en public pour la formation des porte-parole

03

Compétences

Notre programme scientifique a été spécialement conçu pour garantir que les étudiants terminent la formation avec une réelle capacité à appliquer les connaissances acquises. Ces nouvelles compétences vous conduiront à une capacité de travail beaucoup plus grande et donneront à votre CV un nouvel avantage concurrentiel, essentiel sur le marché du travail actuel.



“

Incluez dans votre formation les compétences nécessaires pour travailler dans le domaine de la direction et gestion d'une pharmacie avec assurance et connaissance des exigences actuelles du secteur"



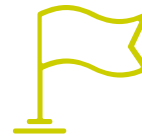
Compétences générales

- ◆ Conduire et diriger des projets d'intensité et de complexité moindres ou plus importantes dans le secteur de la pharmacie
- ◆ Gérer avec aisance tous les aspects liés à une pharmacie
- ◆ Gérer avec succès tous les domaines dans lesquels cette action est menée

“

Renforcez vos compétences grâce à notre formation de qualité et donnez un coup de pouce à votre carrière”





Compétences spécifiques

- ◆ Agir avec une capacité d'analyse et de diagnostic des problèmes
- ◆ Maîtriser les outils avancés de gestion d'entreprise,
- ◆ Fournir une vision globale et stratégique de tous les domaines opérationnels de l'entreprise
- ◆ Assurer la gestion économique et financière
- ◆ Gérer les RH
- ◆ Optimiser l'administration et la logistique
- ◆ Gérer les relations avec les patients/clients
- ◆ Gérer les dernières techniques de vente
- ◆ Établir des stratégies de communication
- ◆ Concevoir et mettre en œuvre les services à offrir à partir du bureau de la pharmacie
- ◆ Mettre en œuvre un système de gestion de la qualité
- ◆ Assumer des responsabilités et penser de manière transversale et intégrative pour analyser et résoudre des situations dans des environnements incertains

04

Direction de la formation

Ce Mastère Spécialisé est l'occasion d'apprendre auprès des meilleurs, avec un corps enseignant composé de professionnels du secteur qui mettront à profit leurs connaissances théoriques et pratiques pour amener les étudiants au plus haut niveau de formation. Avec les méthodes d'enseignement les plus actuelles et les plus efficaces sur le marché de l'enseignement en ligne.





“

Une opportunité inégalée d'apprendre et de se développer professionnellement, main dans la main avec les meilleurs spécialistes de ce domaine"

Directeur invité international

Avec plus de 20 ans d'expérience dans la conception et la direction d'équipes mondiales d'acquisition de talents, Jennifer Dove est une experte en recrutement et en stratégie technologique. Tout au long de sa carrière, elle a occupé des postes de direction dans plusieurs organisations technologiques au sein d'entreprises figurant au classement Fortune 50, notamment NBCUniversal et Comcast. Son parcours lui a permis d'exceller dans des environnements compétitifs et à forte croissance.

En tant que Vice-présidente de l'Acquisition des Talents chez Mastercard, elle est chargée de superviser la stratégie et l'exécution de l'intégration des talents, en collaborant avec les chefs d'entreprise et les responsables des Ressources Humaines afin d'atteindre les objectifs opérationnels et stratégiques en matière de recrutement. Elle vise notamment à créer des équipes diversifiées, inclusives et performantes qui stimulent l'innovation et la croissance des produits et services de l'entreprise. Elle est également experte dans l'utilisation d'outils permettant d'attirer et de retenir les meilleurs professionnels du monde entier. Elle est également chargée d'amplifier la marque employeur et la proposition de valeur de Mastercard par le biais de publications, d'événements et de médias sociaux.

Jennifer Dove a démontré son engagement en faveur du développement professionnel continu, en participant activement à des réseaux de professionnels des Ressources Humaines et en contribuant au recrutement de nombreux employés dans différentes entreprises. Après avoir obtenu un diplôme en Communication Organisationnelle à l'Université de Miami, elle a occupé des postes de recruteuse senior dans des entreprises de divers domaines.

En outre, elle a été reconnue pour sa capacité à mener des transformations organisationnelles, à intégrer les technologies dans les processus de recrutement et à développer des programmes de leadership qui préparent les institutions à relever les défis futurs. Elle a également mis en œuvre avec succès des programmes de bien-être qui ont considérablement augmenté la satisfaction et la fidélisation des employés.



Mme Dove, Jennifer

- Vice-présidente de l'Acquisition des Talents, Mastercard, New York, États-Unis
- Directrice de l'Acquisition de Talents chez NBCUniversal, New York, États-Unis
- Responsable du Recrutement chez Comcast
- Directrice du Recrutement chez Rite Hire Advisory
- Vice-présidente Exécutive, Division des Ventes chez Ardor NY Real Estate
- Directrice du Recrutement chez Valerie August & Associates
- Chargée de Clientèle chez BNC
- Chargée de Clientèle chez Vault
- Diplôme en Communication Organisationnelle de l'Université de Miami

“

Grâce à TECH, vous pourrez apprendre avec les meilleurs professionnels du monde”

Directeur invité international

Leader technologique possédant des décennies d'expérience au sein de **grandes multinationales technologiques**, Rick Gauthier s'est distingué dans le domaine des **services en nuage** et de l'amélioration des processus de bout en bout. Il a été reconnu comme un chef d'équipe et un manager très efficace, faisant preuve d'un talent naturel pour assurer un haut niveau d'engagement parmi ses employés.

Il est doué pour la stratégie et l'innovation exécutive, développant de nouvelles idées et étayant ses succès par des données de qualité. Son expérience à **Amazon** lui a permis de gérer et d'intégrer les services informatiques de l'entreprise aux États-Unis. Chez **Microsoft**, il a dirigé une équipe de 104 personnes, chargée de fournir une infrastructure informatique à l'échelle de l'entreprise et de soutenir les départements d'ingénierie des produits dans l'ensemble de l'entreprise.

Cette expérience lui a permis de se distinguer en tant que manager à fort impact, doté de remarquables capacités à accroître l'efficacité, la productivité et la satisfaction globale des clients.



M. Gauthier, Rick

- Directeur régional des Technologies de l'Information chez Amazon, Seattle, États-Unis
- Directeur de programme senior chez Amazon
- Vice-président, Wimmer Solutions
- Directeur principal des services d'ingénierie de production chez Microsoft
- Diplôme en Cybersécurité de l'Université Western Governors
- Certificat Technique en *Plongée Commerciale* de l'Institut de Technologie de la Diversité
- Diplôme en Études Environnementales de l'Evergreen State College



Profitez de l'occasion pour découvrir les dernières avancées dans ce domaine et les appliquer à votre pratique quotidienne"

Directeur invité international

Romi Arman est un expert international de renom qui compte plus de vingt ans d'expérience dans les domaines de la **Transformation Numérique**, du **Marketing**, de la **Stratégie** et du **Conseil**. Tout au long de sa longue carrière, il a pris de nombreux risques et est un **défenseur** constant de l'**innovation** et du **changement** dans l'environnement professionnel. Fort de cette expertise, il a travaillé avec des PDG et des organisations d'entreprises du monde entier, les poussant à s'éloigner des modèles d'entreprise traditionnels. Ce faisant, il a aidé des entreprises comme Shell Energy à devenir de **véritables leaders du marché**, axés sur leurs clients et le monde numérique.

Les stratégies conçues par Arman ont un impact latent, car elles ont permis à plusieurs entreprises **d'améliorer l'expérience des consommateurs, du personnel et des actionnaires**. Le succès de cet expert est quantifiable par des mesures tangibles telles que le **CSAT**, l'**engagement des employés** dans les institutions où il a travaillé et la croissance de l'**indicateur financier EBITDA** dans chacune d'entre elles.

De plus, au cours de sa carrière professionnelle, il a nourri et dirigé **des équipes très performantes** qui ont même été récompensées pour leur **potentiel de transformation**. Chez Shell, en particulier, le dirigeant s'est toujours efforcé de relever trois défis: répondre aux **demandes complexes** des clients en matière de **décarbonisation**, soutenir une "**décarbonisation rentable**" et **réorganiser** un paysage fragmenté sur le plan des **données, numérique et de la technologie**. Ainsi, ses efforts ont montré que pour obtenir un succès durable, il est essentiel de partir des besoins des consommateurs et de jeter les bases de la transformation des processus, des données, de la technologie et de la culture.

D'autre part, le dirigeant se distingue par sa maîtrise des **applications commerciales de l'Intelligence Artificielle**, sujet dans lequel il est titulaire d'un diplôme post-universitaire de l'École de Commerce de Londres. Parallèlement, il a accumulé de l'expérience dans les domaines de l'**IoT** et de **Salesforce**.



M. Arman, Romi

- Directeur de la Transformation Numérique (CDO) chez Shell Energy Corporation, Londres, Royaume-Uni
- Directeur Mondial du Commerce Électronique et du Service à la Clientèle chez Shell Energy Corporation
- Gestionnaire National des Comptes Clés (équipementiers et détaillants automobiles) pour Shell à Kuala Lumpur, Malaisie
- Consultant en Gestion Senior (Secteur des Services Financiers) pour Accenture basé à Singapour
- Licence de l'Université de Leeds
- Diplôme Supérieur en Applications Commerciales de l'IA pour les Cadres Supérieurs de l'École de Commerce de Londres
- Certification Professionnelle en Expérience Client CCXP
- Cours de Transformation Numérique pour les Cadres de l'IMD



Vous souhaitez mettre à jour vos connaissances en bénéficiant d'une qualité éducative optimale? TECH vous offre le contenu le plus récent du marché universitaire, conçu par des experts de renommée internationale"

Directeur invité international

Manuel Arens est un **professionnel expérimenté** de la gestion des données et le chef d'une équipe hautement qualifiée. En fait, M. Arens occupe le poste de **responsable mondial des achats** au sein de la division Infrastructure Technique et Centre de Données de Google, où il a passé la plus grande partie de sa carrière. Basée à Mountain View, en Californie, elle a fourni des solutions aux défis opérationnels du géant technologique, tels que **l'intégrité des données de base**, les mises à jour des données des fournisseurs et la hiérarchisation des données des fournisseurs. Il a dirigé la planification de la chaîne d'approvisionnement des centres de données et l'évaluation des risques liés aux fournisseurs, en apportant des améliorations aux processus et à la gestion des flux de travail, ce qui a permis de réaliser d'importantes économies.

Avec plus de dix ans d'expérience dans la fourniture de solutions numériques et de leadership pour des entreprises de divers secteurs, il possède une vaste expérience dans tous les aspects de la fourniture de solutions stratégiques, y compris le **Marketing**, l'**analyse des médias**, la mesure et l'**attribution**. Il a d'ailleurs reçu plusieurs prix pour son travail, notamment le **Prix du Leadership BIM**, le **Prix du Leadership en matière de Recherche**, le **Prix du Programme de Génération de Leads à l'Exportation** et le **Prix du Meilleur Modèle de Vente pour la région EMEA**.

M. Arens a également occupé le poste de **Directeur des Ventes** à Dublin, en Irlande. À ce titre, il a constitué une équipe de 4 à 14 membres en trois ans et a amené l'équipe de vente à obtenir des résultats et à bien collaborer avec les autres membres de l'équipe et avec les équipes interfonctionnelles. Il a également occupé le poste de **Analyste Principal** en Industrie à Hambourg, en Allemagne, où il a créé des scénarios pour plus de 150 clients à l'aide d'outils internes et tiers pour soutenir l'analyse. Il a élaboré et rédigé des rapports approfondis pour démontrer sa maîtrise du sujet, y compris la compréhension des **facteurs macroéconomiques et politiques/réglementaires** affectant l'adoption et la diffusion des technologies.

Il a également dirigé des équipes dans des entreprises telles que **Eaton**, **Airbus** et **Siemens**, où il a acquis une expérience précieuse en matière de gestion des comptes et de la chaîne d'approvisionnement. Il est particulièrement réputé pour dépasser continuellement les attentes en **établissant des relations précieuses avec les clients** et en **travaillant de manière transparente avec des personnes à tous les niveaux d'une organisation**, y compris les parties prenantes, la direction, les membres de l'équipe et les clients. Son approche fondée sur les données et sa capacité à développer des solutions innovantes et évolutives pour relever les défis de l'industrie ont fait de lui un leader éminent dans son domaine.



M. Arens, Manuel

- Directeur des Achats Globaux chez Google, Mountain View, États-Unis
- Responsable principal de l'Analyse et de la Technologie B2B chez Google, États-Unis
- Directeur des ventes chez Google, Irlande
- Analyste Industriel Senior chez Google, Allemagne
- Gestionnaire des comptes chez Google, Irlande
- Account Payable chez Eaton, Royaume-Uni
- Responsable de la Chaîne d'Approvisionnement chez Airbus, Allemagne



Misez sur la TECH! Vous aurez accès au meilleur matériel didactique, à la pointe de la technologie et de l'éducation, mis en œuvre par des spécialistes de renommée internationale dans ce domaine"

Directeur invité international

Andrea La Sala est un cadre expérimenté en **Marketing** dont les projets ont eu un impact **significatif** sur l'**environnement de la Mode**. Tout au long de sa carrière, il a développé différentes tâches liées aux **Produits**, au **Merchandising** et à la **Communication**. Tout cela, lié à des marques prestigieuses telles que **Giorgio Armani**, **Dolce&Gabbana**, **Calvin Klein**, entre autres.

Les résultats de ce manage de **haut niveau international** sont liés à sa capacité avérée à **synthétiser les informations** dans des cadres clairs et à exécuter des **actions concrètes** alignées sur des objectifs **commerciaux spécifiques**. En outre, il est reconnu pour sa **proactivité** et sa capacité à **s'adapter à des rythmes de travail rapides**. À tout cela, cet expert ajoute une **forte conscience commerciale**, une **vision du marché** et une **véritable passion pour les produits**.

En tant que **Directeur Mondial de la Marque et du Merchandising** chez **Giorgio Armani**, il a supervisé une variété de **stratégies de Marketing** pour l'**habillement** et les **accessoires**. Ses tactiques se sont également **concentrées** sur les **besoins** et le comportement des **détaillants** et des **consommateurs**. Dans ce cadre, La Sala a également été responsable de la commercialisation des produits sur les différents marchés, en tant que **chef d'équipe** dans les **services de Design**, de **Communication** et de **Ventes**.

D'autre part, dans des entreprises telles que **Calvin Klein** ou **Gruppo Coin**, il a entrepris des projets visant à stimuler la **structure**, le **développement** et la **commercialisation** de **différentes collections**. Parallèlement, il a été chargé de créer des **calendriers efficaces** pour les **campagnes d'achat** et de vente. Il a également été chargé des **conditions**, des **coûts**, des **processus** et des **délais de livraison** pour les différentes opérations.

Ces expériences ont fait d'Andrea La Sala l'un des **dirigeants d'entreprise** les plus qualifiés dans le secteur de la **Mode** et du **Luxe**. Une grande capacité managériale qui lui a permis de mettre en œuvre efficacement le **positionnement positif** de **différentes marques** et de redéfinir leurs indicateurs clés de performance (KPI).



M. La Sala, Andrea

- Directeur Mondial de la Marque et du Merchandising Armani Exchange chez Giorgio Armani, Milan, Italie
- Directeur du Merchandising chez Calvin Klein
- Chef de Marque chez Gruppo Coin
- Brand Manager chez Dolce&Gabbana
- Brand Manager chez Sergio Tacchini S.p.A.
- Analyste de Marché chez Fastweb
- Diplôme en Business and Economics à l'Université degli Studi du Piémont Oriental

“

Les professionnels internationaux les plus qualifiés et les plus expérimentés vous attendent à TECH pour vous offrir un enseignement de premier ordre, actualisé et fondé sur les dernières données scientifiques. Qu'attendez-vous pour vous inscrire?"

Directeur invité international

Mick Gram est synonyme d'innovation et d'excellence dans le domaine de l'**Intelligence des Affaires** au niveau international. Sa carrière réussie est liée à des postes de direction dans des multinationales telles que **Walmart** et **Red Bull**. Il est également connu pour sa capacité à **identifier les technologies émergentes** qui, à long terme, auront un impact durable sur l'environnement des entreprises.

D'autre part, le dirigeant est considéré comme un **pionnier dans l'utilisation de techniques de visualisation de données** qui simplifient des ensembles complexes, les rendent accessibles et facilitent la prise de décision. Cette compétence est devenue le pilier de son profil professionnel, le transformant en un atout recherché par de nombreuses organisations qui misent sur la **collecte d'informations** et la **création d'actions** concrètes à partir de celles-ci.

L'un de ses projets les plus remarquables de ces dernières années a été la **plateforme Walmart Data Cafe**, la plus grande de ce type au monde, ancrée dans le nuage pour l'**analyse des Big Data**. En outre, il a occupé le poste de **Directeur de la Business Intelligence** chez **Red Bull**, couvrant des domaines tels que les **Ventes, la Distribution, le Marketing et les Opérations de la Chaîne d'Approvisionnement**. Son équipe a récemment été récompensée pour son innovation constante dans l'utilisation de la nouvelle API de Walmart Luminare pour les insights sur les Acheteurs et les Canaux de distribution.

En ce qui concerne sa formation, le cadre possède plusieurs Masters et études supérieures dans des centres prestigieux tels que l'**Université de Berkeley**, aux États-Unis et l'**Université de Copenhague**, au Danemark. Grâce à cette mise à jour continue, l'expert a acquis des compétences de pointe. Il est ainsi considéré comme un **leader né de la nouvelle économie mondiale**, centrée sur la recherche de données et ses possibilités infinies.



M. Gram, Mick

- Directeur de la *Business Intelligence* et des Analyses chez Red Bull, Los Angeles, États-Unis
- Architecte de solutions de *Business Intelligence* pour Walmart Data Cafe
- Consultant indépendant de *Business Intelligence* et de *Data Science*
- Directeur de *Business Intelligence* chez Capgemini
- Analyste en Chef chez Nordea
- Consultant en Chef de *Business Intelligence* pour SAS
- Executive Education en IA et Machine Learning au UC Berkeley College of Engineering
- MBA Executive en e-commerce à l'Université de Copenhague
- Licence et Master en Mathématiques et Statistiques à l'Université de Copenhague



Étudiez dans la meilleure université en ligne du monde selon Forbes! Dans le cadre de ce MBA, vous aurez accès à une vaste bibliothèque de ressources multimédias, élaborées par des professeurs de renommée internationale"

Directeur invité international

Scott Stevenson est un éminent expert en **Marketing Numérique** qui, pendant plus de 19 ans, a travaillé pour l'une des sociétés les plus puissantes de l'industrie du divertissement, **Warner Bros. Discovery**. À ce titre, il a joué un rôle essentiel dans la **supervision de la logistique** et des **flux de travail créatifs** sur de multiples plateformes numériques, y compris les médias sociaux, la recherche, le display et les médias linéaires.

Son leadership a été déterminant dans la mise en place de **stratégies de production de médias payants**, ce qui a entraîné une nette **amélioration des taux de conversion** de son entreprise. Parallèlement, il a assumé d'autres fonctions telles que celles de Directeur des Services Marketing et de Responsable du Trafic au sein de la même multinationale pendant la période où il occupait un poste de direction.

Stevenson a également participé à la distribution mondiale de jeux vidéo et de **campagnes de propriété numérique**. Il a également été responsable de l'introduction de stratégies opérationnelles liées à l'élaboration, à la finalisation et à la diffusion de contenus sonores et visuels pour les **publicités télévisées** et **les bandes-annonces**.

En outre, il est titulaire d'une Licence en Télécommunications de l'Université de Floride et d'un Master en Création Littéraire de l'Université de Californie, ce qui témoigne de ses compétences en matière de **communication** et de **narration**. En outre, il a participé à l'École de Développement Professionnel de l'Université de Harvard à des programmes de pointe sur l'utilisation de l'**Intelligence Artificielle** dans le monde des **affaires**. Son profil professionnel est donc l'un des plus pertinents dans le domaine actuel du **Marketing** et des **Médias Numériques**.



M. Stevenson, Scott

- Directeur du Marketing Numérique chez Warner Bros. Discovery, Burbank, États-Unis
- Responsable du Trafic chez Warner Bros. Entertainment
- Master en Création Littéraire de l'Université de Californie
- Licence en Télécommunications de l'Université de Floride

“

Atteignez vos objectifs académiques et professionnels avec les experts les plus qualifiés au monde! Les enseignants de ce MBA vous guideront tout au long du processus d'apprentissage.

processus d'apprentissage”

Directeur invité international

Le Docteur Eric Nyquist est un grand professionnel du **sport international**, qui s'est construit une carrière impressionnante, reconnue pour son **leadership stratégique** et sa capacité à conduire le changement et l'**innovation** dans des **organisations sportives** de classe mondiale.

En fait, il a occupé des postes de haut niveau, notamment celui de **Directeur de la Communication et de l'Impact** à la **NASCAR**, basée en **Floride, aux États-Unis**. Fort de ses nombreuses années d'expérience, le Docteur Nyquist a également occupé un certain nombre de postes de direction, dont ceux de premier **Vice-président du Développement Stratégique** et de **Directeur Général des Affaires Commerciales**, gérant plus d'une douzaine de disciplines allant du **développement stratégique** au **Marketing du divertissement**.

Nyquist a également laissé une marque importante sur les principales **franchises sportives** de Chicago. En tant que **Vice-président Exécutif** des **Bulls de Chicago** et des **White Sox de Chicago**, il a démontré sa capacité à mener à bien des **affaires** et des **stratégies** dans le monde du **sport professionnel**.

Enfin, il a commencé sa carrière dans le sport en travaillant à **New York** en tant qu'**analyste stratégique principal** pour **Roger Goodell** au sein de la **National Football League (NFL)** et, avant cela, en tant que **Stagiaire Juridique** auprès de la **Fédération de Football des États-Unis**.



Dr Nyquist, Eric

- Directeur de la Communication et de l'Impact, NASCAR, Floride, États-Unis
- Vice-président Senior du Développement Stratégique, NASCAR, Floride, États-Unis
- Vice-président de la Planification stratégique, NASCAR
- Directeur Senior des Affaires Commerciales à NASCAR
- Vice-président Exécutif, Franchises Chicago White Sox
- Vice-président Exécutif, Franchises des Bulls de Chicago
- Responsable de la Planification des Affaires à la National Football League (NFL)
- Stagiaire en Affaires Commerciales et Juridiques à la Fédération Américaine de Football
- Docteur en Droit de l'Université de Chicago
- Master en Administration des Affaires (MBA) de L'Université de Chicago (Booth School of Business)
- Licence en Économie Internationale du Carleton College



Grâce à ce diplôme universitaire 100% en ligne, vous pourrez combiner vos études avec vos obligations quotidiennes, avec l'aide des meilleurs experts internationaux dans le domaine qui vous intéresse. Inscrivez-vous dès maintenant!

Direction



Mme Auni3n Lavar3as, Mar3a Eugenia

- ♦ Pharmacienne expert en Nutrition Clinique
- ♦ Auteur de l'ouvrage de r3f3rence dans le domaine de la Nutrition Clinique "Gestion Di3t3tique du Surpoids en Pharmacie" (Edition M3dica Panamericana)
- ♦ Pharmacienne ayant une grande exp3rience dans le secteur public et priv3
- ♦ Pharmacienne
- ♦ Assistante en Pharmacie Cha3ne de Pharmacies. D3taillants Britanniques de Produits de Sant3 et de Beaut3 Boots UK Oxford Street Central London
- ♦ Licence en Sciences et Technologies de l'Alimentation. Universit3 de Valence
- ♦ Directrice du Cours Universitaire de Dermocosm3tique Bureau de la Pharmacie



05

Structure et contenu

Le programme de ce programme est une base de connaissances créée pour donner au pharmacien l'opportunité de mettre à jour ou d'incorporer les connaissances les plus avancées en matière de Direction et Gestion de Pharmacie dans le panorama actuel. Plein de sujets polyvalents, la structure de ce programme se veut un conglomérat d'aspects rigoureux qui aideront le pharmacien à identifier les principaux piliers et le modus operandi correct pour la gestion d'une officine.





“

Un programme d'enseignement très complet, structuré en unités didactiques très développées, orienté vers un apprentissage efficace et, compatible avec votre vie personnelle et professionnelle”

Module 1. Gestion responsable d'une pharmacie

- 1.1. Le rôle de la Pharmacie Communautaire Champ d'action du pharmacien communautaire Mission de l'organisation
- 1.2. Analyse de l'environnement de la pharmacie communautaire
- 1.3. La promotion de la santé par la pharmacie communautaire
- 1.4. Mise en œuvre de bonnes pratiques en Pharmacie Communautaire
- 1.5. Utilisation rationnelle des médicaments dans les pharmacies
- 1.6. Formation et information l'utilisation appropriée des médicaments et des dispositifs médicaux
- 1.7. Secret professionnel. Fondement moral du secret pharmaceutique et du secret professionnel
- 1.8. Concept et fonctions des codes déontologiques Exercice responsable de la compétence professionnelle Concurrence déloyale
- 1.9. Responsabilité sociale des entreprises à la pharmacie Respect de l'environnement et gestion des déchets
- 1.10. Organisation de la pharmacie

Module 2. Gestion économique-financière de la pharmacie

- 2.1. Principes fondamentaux de l'administration des pharmacies
- 2.2. Processus administratifs dans la Pharmacie
- 2.3. Apprendre à utiliser les ratios financiers et économiques en Pharmacie
- 2.4. Gestion des inventaires

Module 3. Direction et Gestion des Ressources Humaines dans la pharmacie

- 3.1. Modèles organisationnels Structures et organigrammes
- 3.2. L'équipe comme force motrice Profil du titulaire et des collaborateurs
- 3.3. Sélection et entretien du personnel
- 3.4. Les membres de la famille dans la pharmacie
- 3.5. Définition de la mission Groupes d'intérêt ou stakeholders
- 3.6. Interdépendances et leadership
- 3.7. Modèle de gestion et de développement des personnes par identification à la mission
- 3.8. Motivation: formation et développement professionnel, rétribution
- 3.9. Prévention des risques professionnels
- 3.10. Organisation et communication interne



Module 4. Optimisation des processus d'achat et de logistique de la pharmacie

- 4.1. Les opérateurs logistiques et leurs modèles d'approvisionnement
- 4.2. L'achat
- 4.3. Gestion et négociation des fournisseurs
- 4.4. La chaîne de distribution
- 4.5. Assortiment de produits
- 4.6. Gestion de l'assortiment
- 4.7. Gestion des achats
- 4.8. Gestion des stocks
- 4.9. Les produits
- 4.10. Promotion et lancement de nouveaux produits

Module 5. Gestion des clients/patients

- 5.1. La pharmacie comme espace de gestion de la santé
- 5.2. Communication pour l'approche du binôme client/ patient
- 5.3. Segmentation de la clientèle
- 5.4. Psychologie et comportement du consommateur
- 5.5. La responsabilité professionnelle, moteur de la gestion
- 5.6. Clients réguliers et nouveaux clients
- 5.7. Programmes de fidélisation des clients
- 5.8. Service à la clientèle

Module 6. Marketing Pharmaceutique

- 6.1. Principes fondamentaux du marketing
- 6.2. Marketing pharmaceutique et relationnel
- 6.3. Les marchés Positionnement
- 6.4. Étude de marché en pharmacie
- 6.5. Merchandising pharmaceutique: offres et communication
- 6.6. Publicité et promotion
- 6.7. La numérisation de la pharmacie: de 1.0 à 3.0
- 6.8. Marketing stratégique
- 6.9. Micromarketing

Module 7. Ventes en Pharmacie

- 7.1. Psychologie et techniques de vente
- 7.2. Cycle de vente
- 7.3. Prévisions de ventes
- 7.4. Politiques de tarification
- 7.5. Typologies de produits
- 7.6. Orientation vers la rentabilité des produits
- 7.7. Typologies des achats et des clients
- 7.8. Vente croisée et vente incitative
- 7.9. Situations compromises
- 7.10. Digital e-commerce management

Module 8. Communication en pharmacie

- 8.1. Concept et valeur de la communication internet
- 8.2. Communication avec les employés
- 8.3. Gestion de conflits
- 8.4. Leadership et gestion d'équipes
- 8.5. Leadership avec le client
- 8.6. L'image de la pharmacie
- 8.7. Supports de communication technique
- 8.8. Stratégies d'action sur les réseaux sociaux
- 8.9. Marketing digital pour attirer et fidéliser les clients.

Module 9. Gestion des services professionnels dans le bureau de la pharmacie

- 9.1. Services quels peuvent être développés dans la Pharmacie
- 9.2. Sélection et mise en œuvre des services
- 9.3. Exigences pour le développement des services
- 9.4. Offre et suivi des services
- 9.5. Gestion économique des services

Module 10. Gestion de la Qualité en Pharmacie

- 10.1. La qualité
- 10.2. Certifications de qualité de la pharmacie
- 10.3. Qualité Totale et Gestion Stratégique (TQM)
- 10.4. Points de contrôle et indicateurs d'amélioration
- 10.5. Identification des niches stratégiques et des avantages concurrentiels
- 10.6. Tableau de bord

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 entreprises
 - 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 à la Connaissance des Cultures Nationales
 - 11.2.3. Gestion de la Diversité
- 11.3. Développement de la gestion et le leadership
 - 11.3.1. Concept de développement de la gestion
 - 11.3.2. Le concept de Leadership
 - 11.3.3. Théories du Leadership
 - 11.3.4. Styles de Leadership
 - 11.3.5. L'intelligence dans le Leadership
 - 11.3.6. Les défis du leadership aujourd'hui
- 11.4. Éthique des affaires
 - 11.4.1. Éthique et Morale
 - 11.4.2. Éthique des Affaires
 - 11.4.3. Leadership et éthique dans les affaires
- 11.5. Durabilité
 - 11.5.1. Durabilité et développement durable
 - 11.5.2. Agenda 2030
 - 11.5.3. Entreprises durables

- 11.6. Systèmes et outils de Gestion responsables
 - 11.6.1. RSC: Responsabilité sociale des entreprises
 - 11.6.2. Questions clés pour la mise en œuvre d'une stratégie de gestion responsable
 - 11.6.3. Étapes de la mise en œuvre d'un système de gestion de la responsabilité sociale des entreprises
 - 11.6.4. Outils et normes en matière de RSE
- 11.7. Multinationales et Droits de l'homme
 - 11.7.1. Mondialisation, entreprises multinationales et droits de l'homme
 - 11.7.2. Entreprises multinationales et droit international
 - 11.7.3. Instruments juridiques pour les multinationales dans le domaine des droits de l'homme
- 11.8. Environnement juridique et *Corporate Governance*
 - 11.8.1. Importation et exportation
 - 11.8.2. Propriété intellectuelle et industrielle
 - 11.8.3. 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. Gestion des performances: objectifs et processus
- 12.4. Développer des équipes performantes
 - 12.4.1. Équipes performantes: équipes autogérées
 - 12.4.2. Méthodologies de gestion des équipes autogérées très performantes
- 12.5. Gestion du changement
 - 12.5.1. Gestion du changement
 - 12.5.2. Types de processus de gestion des changements
 - 12.5.3. Étapes ou phases de la gestion du changement

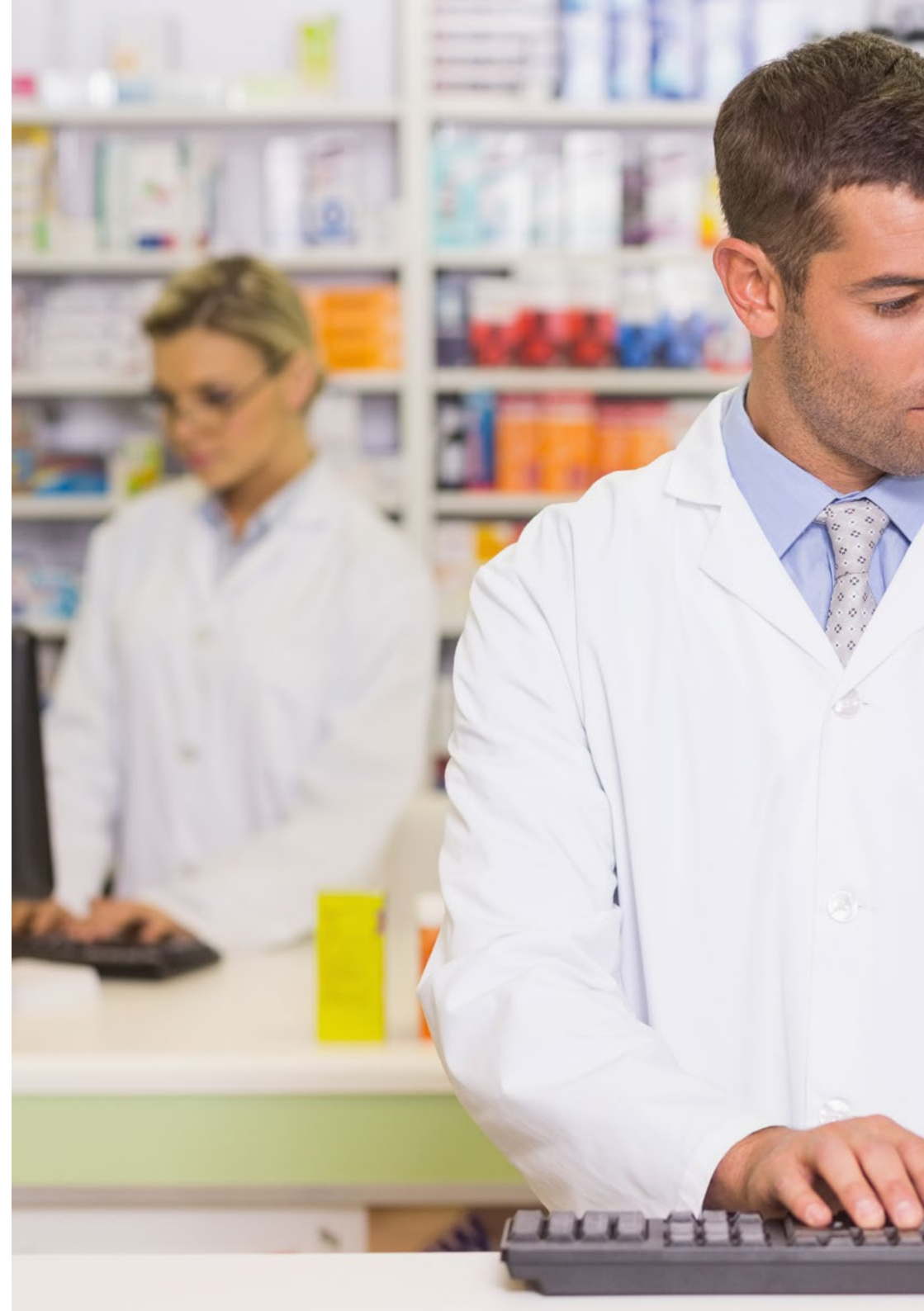
- 12.6. Négociation et gestion des conflits
 - 12.6.1. Négociation
 - 12.6.2. Gestion des Conflits
 - 12.6.3. Gestion de Crise
- 12.7. La communication managériale
 - 12.7.1. Communication interne et externe dans l'environnement professionnel
 - 12.7.2. Département de communication
 - 12.7.3. Le responsable de la communication de l'entreprise. Le profil du Dircom
- 12.8. Productivité, attraction, rétention et activation des talents
 - 12.8.1. Productivité
 - 12.8.2. Leviers d'attraction et de 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. Les Actifs de l'entreprise
 - 13.2.3. Le Passif de l'entreprise
 - 13.2.4. La Valeur Nette de l'entreprise
 - 13.2.5. Le 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. 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 décisions financières de l'entreprise
 - 13.5.2. Département financier
 - 13.5.3. Les excédents de trésorerie
 - 13.5.4. Les risques liés à la gestion financière
 - 13.5.5. Gestion des risques liés à la gestion financière
- 13.6. Planification Financière
 - 13.6.1. Définition de la planification financière
 - 13.6.2. Mesures à prendre dans le cadre de la planification financière
 - 13.6.3. Création et mise en place de la stratégie d'entreprise
 - 13.6.4. Le schéma *Cash Flow*
 - 13.6.5. Le 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 de Industria de Diseño y Textil, S.A. (INDITEX)

Module 14. Management Exécutif

- 14.1. General Management
 - 14.1.1. Concept General Management
 - 14.1.2. L'action du Directeur Général
 - 14.1.3. Le Directeur Général et ses fonctions
 - 14.1.4. Transformation du travail de la Direction
- 14.2. Le manager et ses fonctions. La culture organisationnelle et ses approches
 - 14.2.1. Le manager et ses fonctions. La culture organisationnelle et ses approches
- 14.3. Direction des opérations
 - 14.3.1. Importance de la gestion
 - 14.3.2. La chaîne de valeur
 - 14.3.3. Gestion de qualité
- 14.4. Discours et formation de porte-parole
 - 14.4.1. Communication interpersonnelle
 - 14.4.2. Compétences communicatives et l'influence
 - 14.4.3. Obstacles à la communication
- 14.5. Outils de communication personnels et organisationnels
 - 14.5.1. Communication interpersonnelle
 - 14.5.2. Outils de communication interpersonnelle
 - 14.5.3. La communication dans l'organisation
 - 14.5.4. Outils dans l'organisation
- 14.6. La communication en situation de crise
 - 14.6.1. Crise
 - 14.6.2. Phases de la crise
 - 14.6.3. Messages: contenu et calendrier
- 14.7. Préparer un plan de crise
 - 14.7.1. Analyse des problèmes potentiels
 - 14.7.2. Planification
 - 14.7.3. Adéquation du personnel





- 14.8. Intelligence émotionnelle
 - 14.8.1. Intelligence émotionnelle et communication
 - 14.8.2. Affirmation, empathie et écoute active
 - 14.8.3. Estime de soi et communication émotionnelle
- 14.9. *Branding Personnel*
 - 14.9.1. Stratégies pour développer le Personal Branding
 - 14.9.2. Les lois de l'image de marque personnelle
 - 14.9.3. Outils de construction du Personal Branding

“

*Une expérience formation unique,
clé et décisive pour stimuler votre
développement professionnel”*

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***.



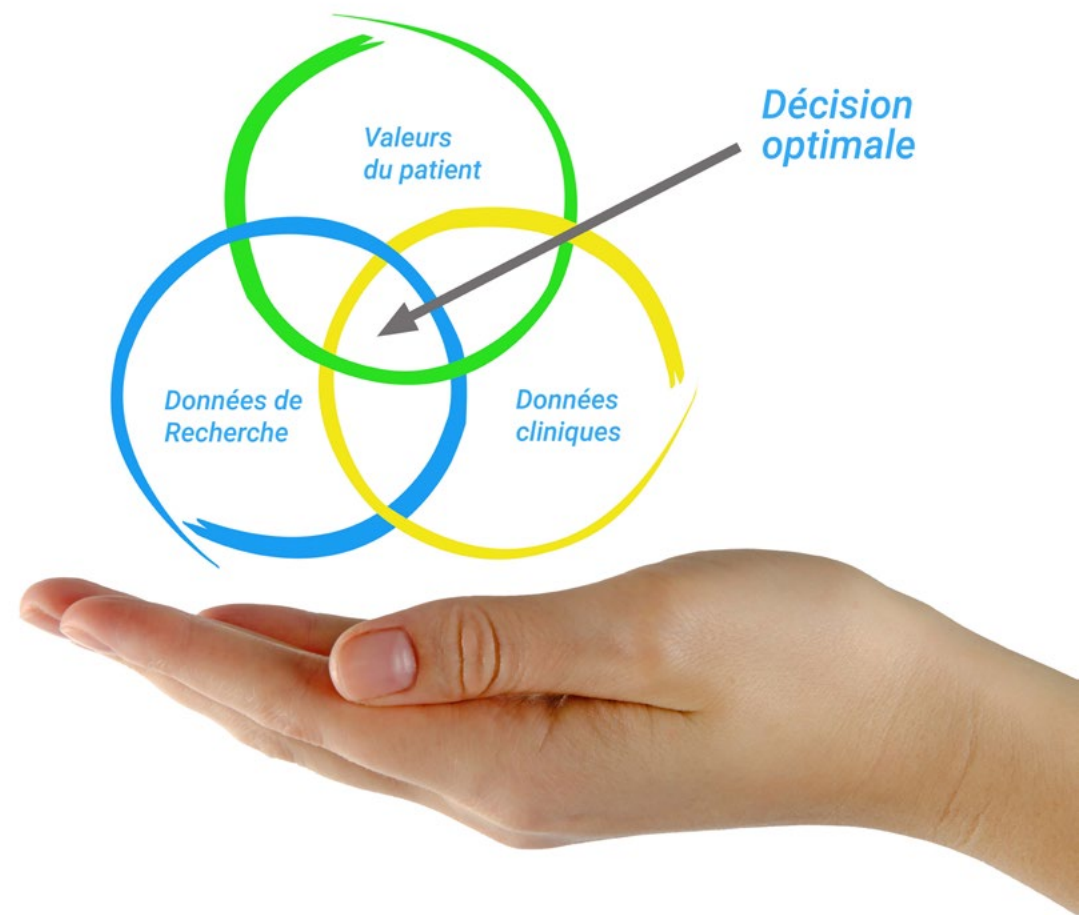
“

Découvrez Relearning, un système qui abandonne l'apprentissage linéaire conventionnel pour vous emmener à travers des systèmes d'enseignement cycliques: une façon d'apprendre qui s'est avérée extrêmement efficace, en particulier dans les matières qui nécessitent une mémorisation"

À TECH, nous utilisons la méthode des cas

Face à une situation donnée, que doit faire un professionnel? Tout au long du programme, les étudiants seront confrontés à de multiples cas cliniques simulés, basé sur des patients réels, dans lesquels ils devront enquêter, établir des hypothèses et enfin résoudre la situation. Il existe de nombreuses preuves scientifiques de l'efficacité de cette méthode. Les pharmaciens apprennent mieux, plus rapidement et plus durablement au fil du 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 basé sur la vie professionnelle actuelle, en essayant de recréer les conditions réelles de la pratique professionnelle du pharmacien.

“

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 pharmaciens 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.
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 pharmacien 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 pour faciliter l'apprentissage immersif.

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, plus de 115.000 pharmaciens ont été formés avec un succès sans précédent dans toutes les spécialités cliniques, quelle que soit la charge chirurgicale. Cette méthodologie pédagogique est développée dans un environnement très exigeant, avec un corps d'étudiants universitaires au profil socio-économique élevé et dont l'âge moyen est de 43,5 ans.

Le Relearning vous permettra d'apprendre avec moins d'efforts et plus de performance, 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 pharmaciens spécialisés qui vont enseigner le cours, spécifiquement pour le cours, 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 en vidéo

TECH rapproche les étudiants des dernières techniques, des dernières avancées en matière d'éducation, de l'avant-garde des procédures actuelles de soins pharmaceutiques. Tout cela, à la première personne, avec la plus grande rigueur, expliqué et détaillé pour contribuer à l'assimilation et à la compréhension. Et surtout, vous pouvez les regarder autant de fois que vous le souhaitez.



Résumés interactifs

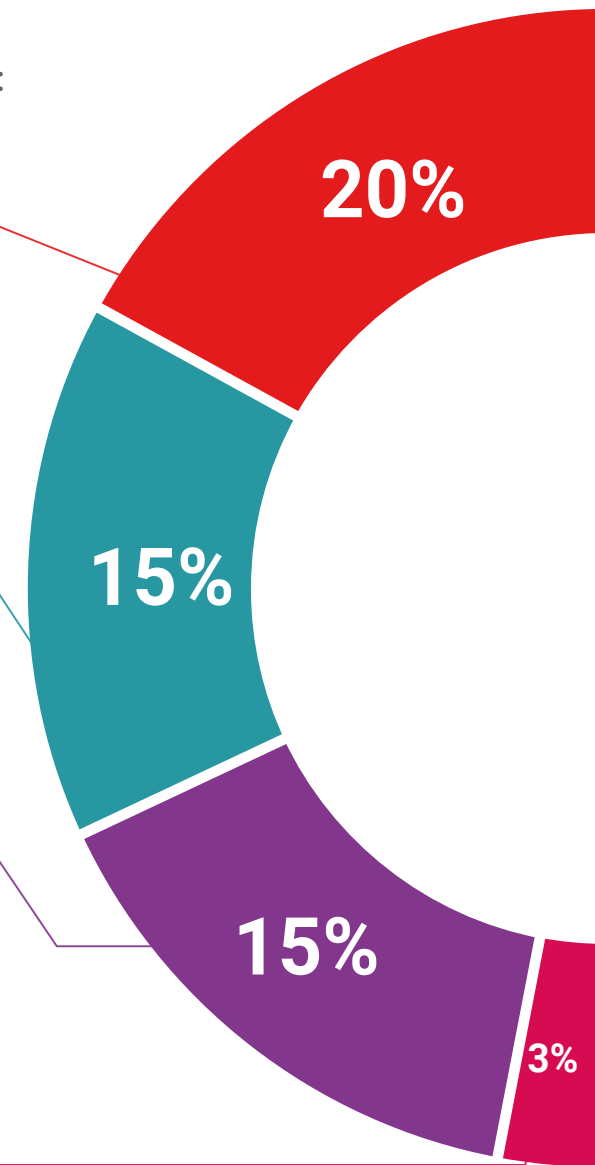
Nous présentons les contenus de manière attrayante et dynamique dans des dossiers multimédias comprenant des fichiers audios, des vidéos, des images, des diagrammes et des cartes conceptuelles afin de consolider les connaissances.

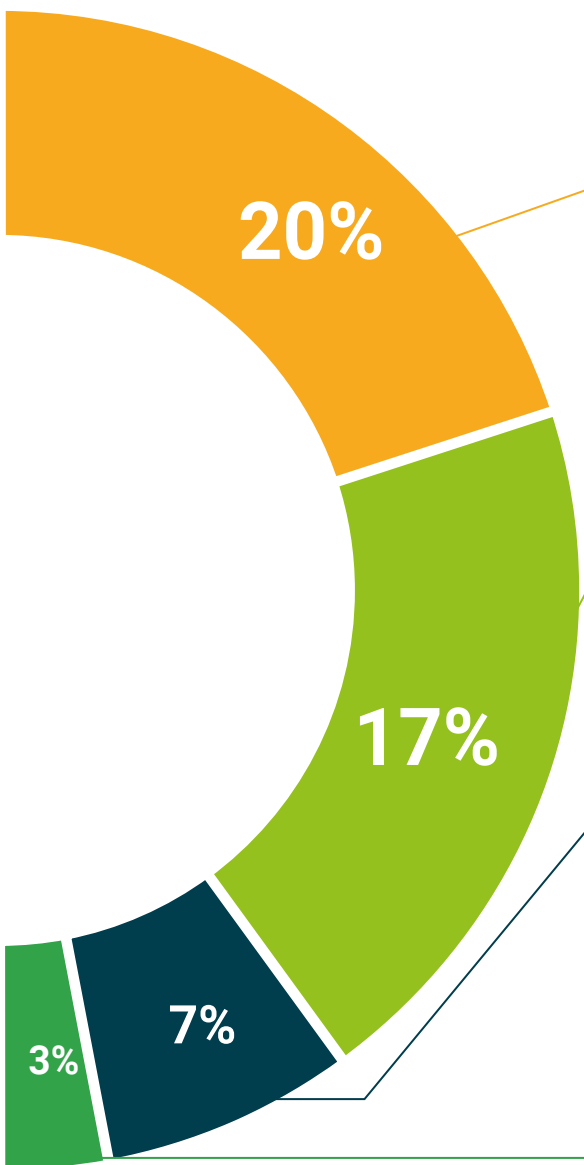
Ce système éducatif exclusif pour la présentation de contenu multimédia a été récompensé par Microsoft en tant que "European Success Story".



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 des développements de cas réels dans lesquels l'expert vous guidera dans le développement de l'attention 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 MBA en Direction et Gestion de Pharmacie 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
à vous soucier des déplacements ou
des formalités administratives”*

Ce **Mastère Spécialisé en MBA en Direction et Gestion de Pharmacie** 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 Direction et Gestion de Pharmacie**

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 qualité
en ligne formation
développement institutions
classe virtuelle langues

tech université
technologique

Mastère Spécialisé
MBA en Direction et
Gestion de Pharmacie

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

Mastère Spécialisé

MBA en Direction et
Gestion de Pharmacie

