

Mastère Spécialisé Parapharmacie





tech université
technologique

Mastère Spécialisé Parapharmacie

- » 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-parapharmacie

Sommaire

01

Présentation

page 4

02

Objectifs

page 8

03

Compétences

page 14

04

Direction de la formation

page 18

05

Structure et contenu

page 22

06

Méthodologie

page 34

07

Diplôme

page 42

01 Présentation

Le marché de la Parapharmacie poursuit sa tendance à la hausse avec la vente et la distribution de produits, notamment en ligne. Les nouvelles technologies donnent la tendance dans ce secteur, qui vend des millions de produits cosmétiques, diététiques et de compléments alimentaires. C'est un contexte favorable à la mise à jour des connaissances des pharmaciens en matière de création et de gestion d'une entreprise en expansion, qui nécessite des compétences stratégiques pour se développer dans les différents modèles d'entreprise existants. C'est pourquoi TECH a créé cette qualification qui vous permettra d'étudier en profondeur l'élaboration de plans économiques et financiers, la mise en œuvre de campagnes de Marketing et une mise à jour complète de la vaste gamme d'articles dans ce secteur. Tout cela sans assister à des cours en présentiel et avec la flexibilité d'accéder au programme d'études où et quand vous le souhaitez.



“

Un Mastère Spécialisé qui vous donnera les clés pour lancer votre prochain projet de Parapharmacie avec un succès garanti"

L'écosystème des ventes de Parapharmacie montre une nette tendance à la hausse des achats en ligne pour une large gamme de produits. La pandémie causée par le coronavirus, ainsi que les nouvelles technologies numériques, ont accru l'intérêt pour les parapharmacies en ligne, et de nombreux professionnels choisissent d'intégrer ce modèle d'entreprise.

Cette mission nécessite d'être au fait des principales actions Marketing et commerciales dans le monde numérique, de leur combinaison avec d'autres entreprises pharmaceutiques physiques existantes, ainsi que de l'ensemble du marché qui entoure le secteur. C'est pourquoi TECH a créé ce Mastère Spécialisé qui fournit aux professionnels les informations les plus récentes afin qu'ils puissent promouvoir la création, la conception et la mise en œuvre d'une parapharmacie réussie.

Les pharmaciens, quel que soit leur type d'activité, acquerront dans ce programme une vision large et exhaustive de cette industrie, les outils nécessaires à l'élaboration de plans financiers, à la commercialisation des produits, au service à la clientèle et au nouveau rôle qu'ils jouent dans l'équipe qui travaille dans une Parapharmacie.

Ce diplôme universitaire vise donc à offrir le programme le plus avancé en seulement 1 500 h d'enseignement et avec le meilleur corps enseignant spécialisé à l'heure actuelle. Par ailleurs, dans le cadre de ce processus de mise à jour, les étudiants disposent de résumés vidéo de chaque matière, de vidéos en détail, de lectures et d'études de cas qui rendront ce diplôme plus dynamique et plus attrayant.

C'est une opportunité unique de se tenir au courant de tout ce qui touche à la Parapharmacie grâce à une option académique qui n'exige pas d'assiduité, ni d'horaires de cours fixes. Cette flexibilité permet aux diplômés d'accéder au programme d'études quand et où ils le souhaitent. Vous n'avez besoin que d'un appareil électronique avec une connexion Internet pour consulter, à tout moment, le contenu de ce Mastère Spécialisé, une opportunité unique que seul TECH offre.

Ce **Mastère Spécialisé en Parapharmacie** 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 experts en Pharmacie
- ◆ Des contenus graphiques, schématiques et éminemment pratiques avec lesquels ils sont conçus fournissent des informations sanitaires essentielles à la pratique professionnelle
- ◆ Les exercices pratiques d'auto-évaluation pour améliorer l'apprentissage
- ◆ Les méthodologies innovantes
- ◆ Des cours théoriques, des questions à l'expert, des forums de discussion sur des sujets controversés et un travail de réflexion individuel
- ◆ La possibilité d'accéder aux contenus depuis tout appareil fixe ou portable doté d'une simple connexion à internet



Vous souhaitez vous tenir au courant des logiciels utilisés dans la gestion des Parapharmacies? Vous pouvez le faire grâce à cette qualification et les intégrer dans votre entreprise”

“

Cette qualification vous permettra d'approfondir la logistique pertinente et les principaux acteurs de la chaîne de distribution des produits Parapharmaceutiques”

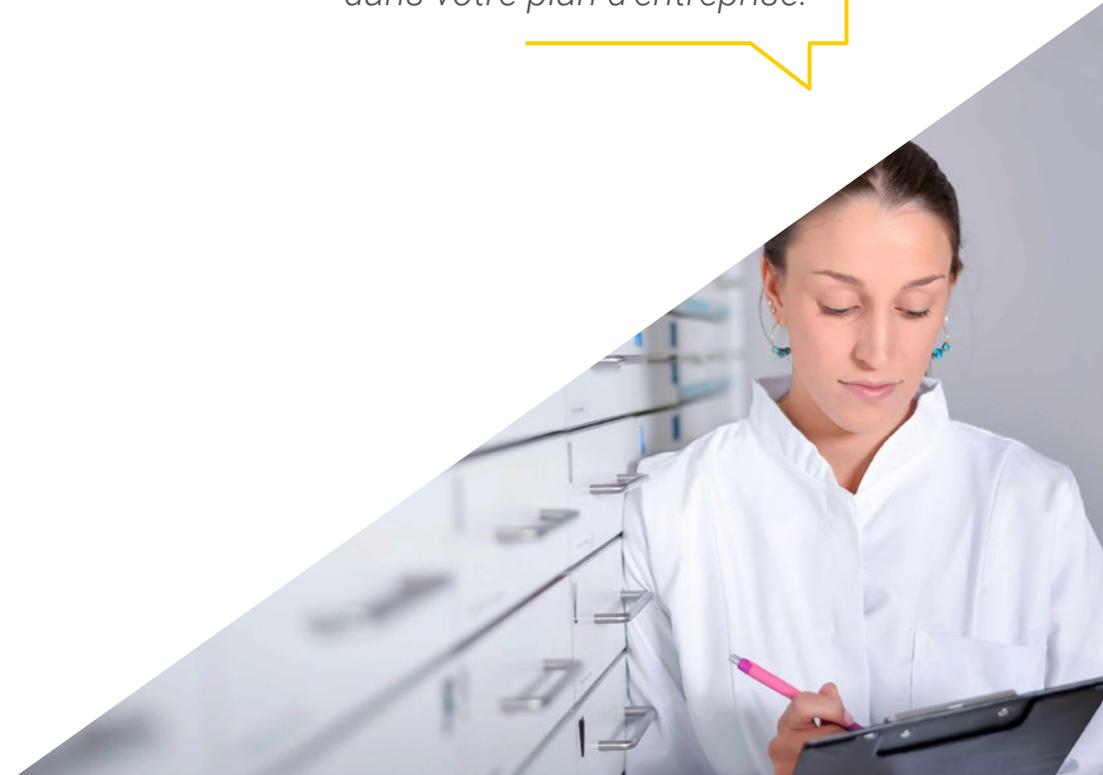
Le programme comprend dans son corps enseignant, des professionnels du secteur qui apportent à cette formation l'expérience de leur travail, ainsi que des spécialistes reconnus de grandes sociétés et d'universités prestigieuses.

Grâce à son contenu multimédia développé avec les dernières technologies éducatives, les spécialistes bénéficieront d'un apprentissage situé et contextuel. Ainsi, ils se formeront dans un environnement simulé qui leur permettra d'apprendre en immersion et de s'entraîner dans des situations réelles.

La conception de ce programme est basée sur l'Apprentissage par les Problèmes, grâce auquel le professionnel devra essayer de résoudre les différentes situations de pratique professionnelle qui se présentent tout au long de la formation. Pour ce faire, il sera assisté d'un système vidéo interactif innovant créé par des experts reconnus.

TECH utilise la méthode Relearning pour réduire les longues heures d'étude et de mémorisation.

Approfondissez la rentabilité des produits parapharmaceutiques et des catégories existantes et intégrez-les dans votre plan d'entreprise.



02

Objectifs

L'objectif principal de ce Mastère Spécialisé est de fournir aux pharmaciens les informations les plus récentes sur la planification, la création et la gestion d'une Parapharmacie, que ce soit en personne ou en ligne. Pour cela, TECH propose un cursus avancé qui vous permettra d'être au fait des dernières avancées technologiques dans ce secteur, dans les outils de contrôle des ventes ou de commercialisation des produits par le biais de pages web. Un parcours académique de premier ordre, qui permet au diplômé d'être accompagné par les meilleurs spécialistes du secteur.



“

Grâce aux études de cas fournies dans ce diplôme, vous serez en mesure d'intégrer les stratégies de Marketing les plus réussies dans votre Parapharmacie”



Objectifs généraux

- ◆ Développer les connaissances en matière de gestion de la Parapharmacie
- ◆ Améliorer les compétences en matière de création et de gestion d'une parapharmacie en ligne
- ◆ Accroître les performances de l'entreprise de Parapharmacie
- ◆ Analyser les stratégies de Marketing les plus efficaces dans le secteur
- ◆ Intégrer les derniers développements technologiques pour la mise en œuvre ou l'adaptation des projets de Parapharmacie
- ◆ Connaître tous les types de produits commercialisés par les Parapharmacies
- ◆ Approfondir le marché de la parapharmacie
- ◆ Réaliser l'analyse et le positionnement numérique d'une Parapharmacie





Objectifs spécifiques

Module 1. Principes de la Parapharmacie

- ◆ Décrire les principales différences actuelles entre le secteur de la pharmacie et celui de la parapharmacie
- ◆ Établir des analyses concurrentielles dans le secteur de la parapharmacie
- ◆ Mettre à jour les connaissances sur le nouveau rôle du personnel de la parapharmacie
- ◆ Approfondir les nouvelles technologies utilisées dans ce type d'entreprise

Module 2. Trade Marketing en Parapharmacie

- ◆ Approfondir les principales caractéristiques du Trade Marketing
- ◆ Analyser les nouvelles tendances dans les rayons de Parapharmacie
- ◆ Obtenir une vision actuelle des avantages du Cashkeeper
- ◆ Approfondir le Marketing Mobile utilisé dans la Parapharmacie

Module 3. Dermocosmétique en Parapharmacie

- ◆ Réaliser une analyse complète du marché des cosmétiques et dermo-cosmétiques en pharmacie ou parapharmacie
- ◆ Identifier les principaux principes actifs utilisés en dermoc cosmétique
- ◆ Approfondir la tendance actuelle des dermoc cosmétiques en parapharmacie
- ◆ Étudier l'avenir technologique de l'industrie dermoc cosmétique

Module 4. Diététique - compléments alimentaires

- ◆ Décrire les différences entre les compléments alimentaires, les nutricosmétiques et les compléments alimentaires
- ◆ Identifier les utilisations actuelles des nutricosmétiques pour la peau et les cheveux
- ◆ Approfondir les différents types de formes galéniques
- ◆ Mettre à jour les connaissances sur les plantes médicinales et leurs actions pharmacologiques

Module 5. Catégories de la Parapharmacie

- ◆ Déterminer les catégories de produits les plus attrayantes et les plus commercialisables en Parapharmacie
- ◆ Analyser les principaux produits naturels, de soins capillaires et d'hygiène disponibles en Parapharmacie
- ◆ Identifier les nouveaux produits en orthopédie et leur commercialisation en Parapharmacie
- ◆ Étudier en profondeur les structures et les fonctions des produits distribués en Parapharmacie

Module 6. Rentabilité de la Parapharmacie

- ◆ Approfondir les principaux termes comptables et financiers d'une Parapharmacie
- ◆ Indiquer les stratégies et les plans de vente les plus efficaces en Parapharmacie, ainsi que la conception d'un plan financier
- ◆ Obtenir les informations les plus récentes sur les outils utilisés pour la recherche commerciale
- ◆ Connaître les principaux logiciels utilisés en Parapharmacie

Module 7. Distribution Parapharmaceutique

- ◆ Étudier les technologies de pointe utilisées dans la distribution des produits parapharmaceutiques
- ◆ Examiner les acteurs les plus importants de la chaîne de distribution
- ◆ Approfondir le marché de la parapharmacie et l'analyse de la demande de produits
- ◆ Établir les recommandations essentielles pour pouvoir gérer une parapharmacie

Module 8. Accueil en Parapharmacie

- ◆ Apporter les clés pour améliorer les conseils parapharmaceutiques donnés aux clients
- ◆ Établir des lignes directrices pour le suivi et le service après-vente
- ◆ Approfondir les axes stratégiques et psychologiques du service client
- ◆ Indiquer les outils existants pour la fidélisation des clients en Parapharmacie

Module 9. Plans de Marketing en Parapharmacie

- ◆ Promouvoir la mise en œuvre d'actions axées sur le marketing dans la zone de vente de Parapharmacie
- ◆ Examiner les stratégies en matière de produits et de prix au sein de Parapharmacie
- ◆ Indiquer les lignes directrices pour la création de campagnes de Marketing
- ◆ Déterminer comment intégrer les nouvelles technologies qui favorisent l'expérience d'achat du consommateur



Module 10. Parapharmacie en ligne

- ◆ Définir la typologie des parapharmacies en ligne existantes
- ◆ Établir les avantages et les inconvénients de la création de ce type d'entreprise en mode numérique
- ◆ Approfondir les différents outils numériques disponibles pour la commercialisation en ligne
- ◆ Concevoir une Parapharmacie en ligne en tenant compte des dernières évolutions technologiques

“

Appliquez les dernières technologies en matière d'analyse faciale, 3D et dermique capillaire dans votre Parapharmacie grâce à cette option académique de pointe”

03

Compétences

A l'issue des 12 mois de ce Mastère Spécialisé, l'étudiant aura réussi à améliorer ses compétences et ses aptitudes pour la direction et la gestion des Parapharmacies. Un secteur qui requiert des compétences étendues en matière de coordination d'équipe, de service à la clientèle et de communication efficace avec les principaux fournisseurs sur un marché concurrentiel. Grâce à la démarche théorique et pratique de ce diplôme, les étudiants seront en mesure d'acquérir ces compétences et de les intégrer dans leur pratique quotidienne.





“

Dirigez des initiatives innovantes en Parapharmacie avec des garanties, que ce soit physique ou en ligne”



Compétences générales

- ◆ Maîtriser les outils nécessaires à la création d'une Parapharmacie
- ◆ Renforcer les compétences en matière de gestion et de leadership des professionnels qui souhaitent entrer dans le secteur de la Parapharmacie
- ◆ Maîtriser les principaux logiciels utilisés pour la gestion des produits et le contrôle des ventes
- ◆ Améliorer les compétences psychologiques utilisées dans le service à la clientèle
- ◆ Élargir la vision stratégique du commerce en ligne et l'orienter vers la Parapharmacie
- ◆ Identifier les opportunités de vente dans les différentes catégories de produits existant en Parapharmacie

“

Perfectionnez vos compétences en matière de gestion d'équipe dans le secteur de la Parapharmacie grâce au programme le plus avancé dans ce domaine”





Compétences spécifiques

- ◆ Développer les stratégies de marketing en ligne les plus récentes afin d'obtenir un meilleur rendement économique dans la parapharmacie
- ◆ Améliorer les compétences en matière de service à la clientèle pendant la vente et dans le processus de suivi et d'après-vente
- ◆ Utiliser avec succès l'image de marque de la Parapharmacie sur les réseaux sociaux
- ◆ Connaître le nouveau rôle du personnel de la parapharmacie
- ◆ Dominer le marché actuel des compléments alimentaires
- ◆ Mettre en œuvre les dernières technologies utilisées par Parapharmacie, en particulier dans le domaine de la dermo-cosmétique
- ◆ Utiliser avec succès le Marketing mobile multi-appareils dans la Parapharmacie
- ◆ Élaborer des plans financiers en fonction des caractéristiques et des objectifs de la Parapharmacie
- ◆ Appliquer de bonnes pratiques en matière d'environnement et de conservation dans l'entreprise
- ◆ Mettre en œuvre des politiques de gestion d'équipe fondées sur les données les plus récentes en matière de coaching

04

Direction de la formation

TECH a réuni un corps enseignant qui se distingue par sa connaissance approfondie du secteur pharmaceutique et par l'expérience acquise dans cette industrie. De même, la qualité humaine et professionnelle de ce corps enseignant spécialisé a été un facteur déterminant pour leur intégration dans ce programme. Ainsi, les étudiants ont la garantie de suivre un programme de premier ordre, conçu par de véritables experts qui connaissent les tenants et les aboutissants du secteur et de la Parapharmacie. De plus, vous pourrez consulter cette équipe pour tout doute qui pourrait survenir sur le contenu de cette qualification.



“

Des spécialistes renommés du secteur pharmaceutique vous présenteront les dernières tendances du marché actuel de la Parapharmacie”

Direction



Mme Forner Puig, María José

- Pharmacienne Experte en Phytothérapie. Spécialiste produit chez Laboratorios Arkopharma
- Pharmacienne assistante à la Pharmacie Traver-Martin
- Master en Diététique, Nutrition et Coaching Nutritionnel par Sefhor Société Espagnole de Formation
- Experte en Nutrition, Diététique et Phytothérapie de l'UNED (Université Espagnole d'Enseignement à Distance)
- Diplôme en Nutrition Sportive dans le Football par Barça Innovation Hub Universiti
- Licence en Pharmacie de l'Université de Valence

Professeurs

Mme López, Cristina

- ◆ PDG chez Omoi Pharmacy Coach
- ◆ Technicienne en Pharmacie dans différentes officines
- ◆ Responsable des achats et de la sélection des assortiments en Dermocosmétique
- ◆ Responsable de l'attention individualisée et de la gestion des consultations dermo avec les patients
- ◆ Master en dermopharmacie et cosmétique
- ◆ Experte en Dermopharmacie, Cosmétique capillaire, Médecine naturelle et Aromathérapie
- ◆ Diplôme Technique en Pharmacie et Parapharmacie

Mme Campos García, Silvia

- ◆ Fondatrice de Con Principio Activo, votre *pharmacoach*
- ◆ Directrice d'Hôtel chez Grupo 3 Galeón
- ◆ Propriétaire d'un Bureau de Pharmacie dans la Pharmacie Silvia Campos
- ◆ Responsable d'un Centre de Beauté à Beauty Sense
- ◆ Cours de Coaching Expert par Create Coaching
- ◆ Licence en Pharmacie de l'Université CEU San Pablo

Mme Álvaro Casillas, Rocío

- ◆ PDG d'Omoi Pharmacy Coach
- ◆ Technicienne en Pharmacie dans différentes pharmacies
- ◆ Master en Dermopharmacie et Cosmétique
- ◆ Diplôme d'études supérieures en Dermocosmétique
- ◆ Technicienne en Pharmacie et Parapharmacie
- ◆ Technicienne Supérieure en Administration et Finance

Mme De la Casa Moreno, Inmaculada

- ◆ Esthéticienne/Diététicienne-Nutritionniste dans ARK AESTHETIC CENTER
- ◆ Diététicienne-nutritionniste à Clinique DUAL
- ◆ Diététicienne-nutritionniste dans l'Unité d'Endocrinologie et Diabète de l'Hôpital La Fe Esthéticienne et Diététicienne au Spa del Mar
- ◆ Assistante clinique à la Clinique Medibelia
- ◆ Esthéticienne et Thérapeute en Chiromassage à MASAJES A MIL
- ◆ Diététicienne-nutritionniste à la FONDACIÓN JOSÉ NAVARRO
- ◆ Diététicienne-nutritionniste au CENTRE MULTIDISCIPLINAIRE ATTRIUM
- ◆ Master en Nutrition Personnalisée et Communautaire de l'Université de Valence
- ◆ Diplôme en Nutrition Humaine et Diététique de l'Université de Valence

Mme Sáenz Suárez, Lucía

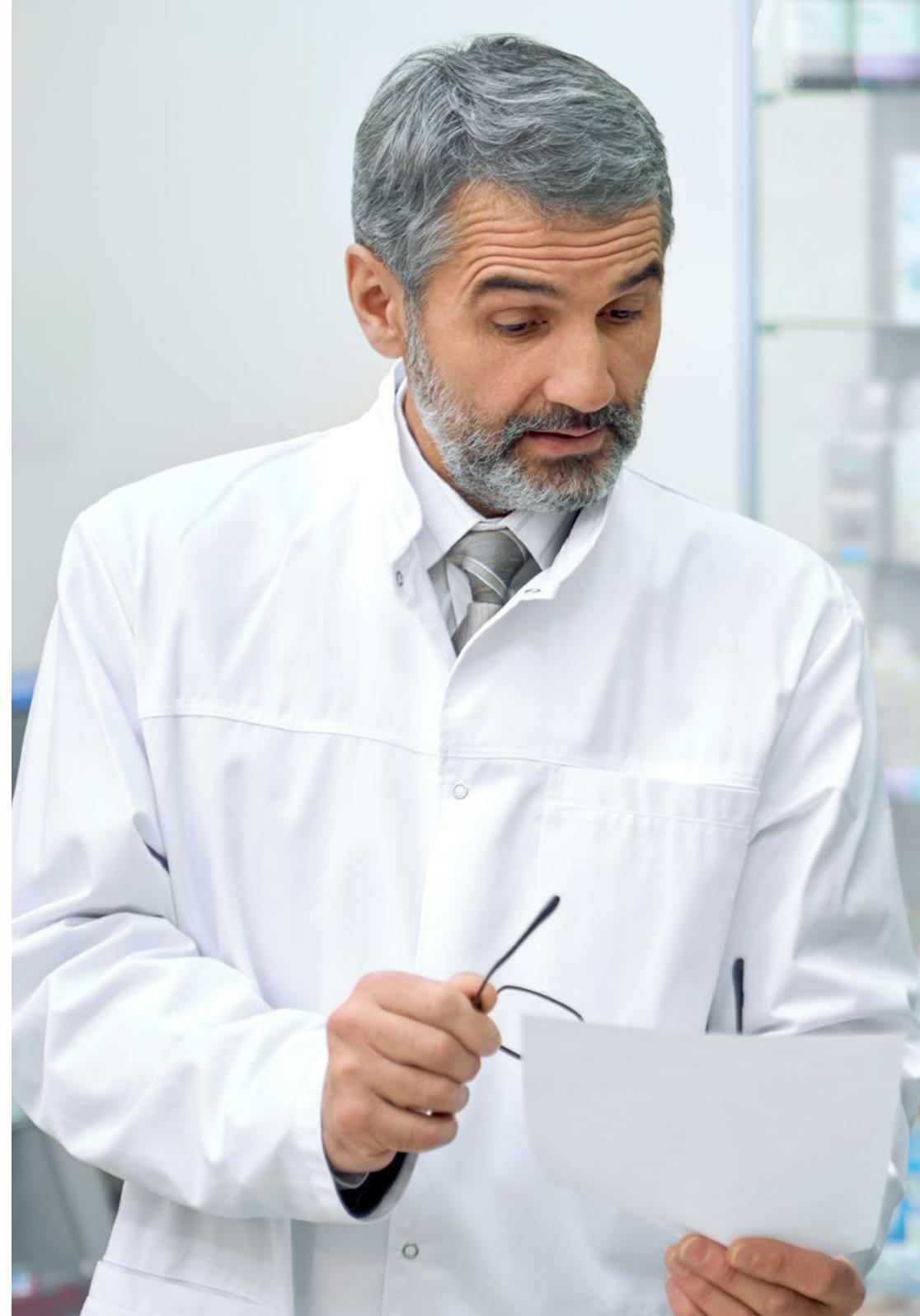
- ◆ Coordinatrice et responsable de l'accréditation au RICOFSE
- ◆ Pharmacienne Assistante à la Pharmacie González García
- ◆ Pharmacienne Assistante à la Pharmacie Moreno Menayo
- ◆ Spécialiste de Produits au Laboratorio Arkopharma
- ◆ Déléguée commerciale pour les produits Dermocosmétiques chez A.G.FARMA
- ◆ Déléguée des Ventes pour le secteur de la Nutrition Infantile chez Nestlé
- ◆ Visiteuse Médicale pour le Groupe Juste
- ◆ Master en Administration des Affaires de l'École d'Organisation Industrielle
- ◆ Experte Universitaire en Nutrition, Diététique et Phytothérapie en Médecine Communautaire par l'UNED (UNED)
- ◆ Licence en Pharmacie de l'Université de Séville

Mme Muñoz Hidalgo, Beatriz

- ◆ Social Media Project Manager chez Onlypharma
- ◆ *Social Media Manager & Content Creator* chez Ibáñez Farmacia
- ◆ *Social Media Manager & Content Creator* chez Farmaschool
- ◆ *Social Media Manager & Content Creator* chez SETSS & SIETeSS
- ◆ Double Master MBA + Marketing Numérique chez The Power MBA
- ◆ Master en Journalisme Numérique et Nouvelles Narratives par l'Université Ouverte de Catalogne (UOC)
- ◆ Master en Programmes TV de Divertissement Gestmusic Endemol de l'Université Ramón Llull
- ◆ Diplôme en Journalisme de l'Université de Malaga

Mme. Dubal, Lorena

- ◆ Gérante de la Pharmacie Trébol Guillem de Castro
- ◆ Conseillère en Allaitement pour Educatra
- ◆ Spécialisée en Dermopharmacie et Cosmétique à l'Université de Murcie
- ◆ Spécialiste en Dermoanalyse Multidermascope en Pathologie du Patient
- ◆ Diplôme en Pharmacie





Mme. Fuentes, Maribel

- ◆ Directrice des Pharmacies du Groupe TRIZGO
- ◆ Conseillère en Pharmacie chez Bidafarma
- ◆ Gestionnaire Pharmaceutique chez GAN : Nutrition et Gastronomie
- ◆ Spécialisée dans la Direction et la Gestion des Cabinets de Pharmacie à l'École de Commerce de San Telmo
- ◆ Experte en Diététique et Nutrition
- ◆ Experte en Nutrition de l'Université d'Alcalá
- ◆ Licence en Pharmacie de l'Université de Séville

“

Saisissez cette opportunité afin de découvrir les dernières avancées dans ce domaine et les appliquer à votre pratique quotidienne”

05

Structure et contenu

Les enseignants qui dispensent ce diplôme universitaire ont une grande expérience du secteur Pharmaceutique, ce qui se traduit par la grande qualité du programme de ce Mastère Spécialisé. Ainsi, vous pourrez approfondir pendant 12 mois les concepts clés du développement et de la mise en œuvre d'une parapharmacie sur site ou en ligne. De plus, cette formation vous permettra d'intégrer les technologies en matière de contrôle financier, vente de produits et de mise en œuvre de campagnes de Marketing. Une expérience diversifiée et dynamique grâce à des supports pédagogiques multimédias et à une multitude de contenus éducatifs complémentaires.



“

Cette option académique flexible vous permettra de combiner vos activités professionnelles quotidiennes avec un Mastère Spécialisé de qualité”

Module 1. Principes de la Parapharmacie

- 1.1. La Parapharmacie Évolution
 - 1.1.1. Histoire de la Parapharmacie
 - 1.1.2. Évolution de la Parapharmacie
 - 1.1.3. Définition de la Parapharmacie
 - 1.1.4. Différence entre Pharmacie et Parapharmacie
- 1.2. Mesure des paramètres en Parapharmacie
 - 1.2.1. Définition des paramètres
 - 1.2.2. Structure des paramètres
 - 1.2.3. Structure des paramètres
 - 1.2.4. Analyse des paramètres en Parapharmacie
- 1.3. Principaux produits de Parapharmacie
 - 1.3.1. Cosmétiques et produits de soins personnels
 - 1.3.2. Compléments alimentaires
 - 1.3.3. Alimentation des nourrissons
 - 1.3.4. Aliments destinés à un usage médical particulier
 - 1.3.5. Aliments de substitution diététique
 - 1.3.6. Produits Médicaux
 - 1.3.7. Produits médicaux de diagnostic in vitro et d'autodiagnostic
 - 1.3.8. Articles de puériculture
 - 1.3.9. Biocides
 - 1.3.10. Équipement de Protection Individuelle (EPI)
 - 1.3.11. Autres produits de santé et de bien-être vendus en pharmacie
- 1.4. Parapharmacie et santé
 - 1.4.1. Relation entre la Parapharmacie et la Santé
 - 1.4.2. La santé comme élément central
 - 1.4.3. Vie saine
 - 1.4.4. Conclusion
- 1.5. Types de parapharmacies
 - 1.5.1. Parapharmacie privée
 - 1.5.2. Parapharmacie franchisée
 - 1.5.3. Parapharmacie en Grandes Surfaces
 - 1.5.4. Parapharmacie dans le secteur *Retail*
- 1.6. Analyse de la concurrence
 - 1.6.1. Définition
 - 1.6.2. Objectifs
 - 1.6.3. Applications
 - 1.6.4. Résultats
- 1.7. Rôles en Parapharmacie
 - 1.7.1. Personnel, qui est qui?
 - 1.7.2. Gestion de la Parapharmacie
 - 1.7.3. Personnel technique
 - 1.7.4. Personnel administratif
- 1.8. Coaching d'équipe en Parapharmacie
 - 1.8.1. Ressources humaines
 - 1.8.2. Gestion quotidienne
 - 1.8.3. Motivation
 - 1.8.4. Conclusions
- 1.9. Éléments technologiques de la Parapharmacie
 - 1.9.1. Définition
 - 1.9.2. Éléments technologiques de la Parapharmacie
 - 1.9.3. Importance de la technologie en Parapharmacie
 - 1.9.4. Innovations technologiques en Parapharmacie
- 1.10. La responsabilité sociale des entreprises en Parapharmacie
 - 1.10.1. Définition
 - 1.10.2. Bonnes pratiques environnementales
 - 1.10.3. Bonnes pratiques de conservation
 - 1.10.4. Bonnes pratiques dans l'assistance à la clientèle

Module 2. Trade Marketing en Parapharmacie

- 2.1. Trade Marketing: fonctions
 - 2.1.1. Définition du Trade Marketing
 - 2.1.2. Fonctions du Trade Marketing pharmaceutique
 - 2.1.3. Principales techniques du Trade Marketing
 - 2.1.4. Les 4 P
- 2.2. Rayon d'exposition de la Parapharmacie
 - 2.2.1. Qu'est-ce que le rayon de la Parapharmacie?
 - 2.2.2. Niveaux du présentoir
 - 2.2.3. Points chauds
 - 2.2.4. Points froids
- 2.3. Le comptoir
 - 2.3.1. Conseils pour un comptoir éblouissant
 - 2.3.2. Disposition du comptoir
 - 2.3.3. L'importance du comptoir
 - 2.3.4. Placement des produits saisonniers
- 2.4. Le tiroir-caisse *Cashkeeper*
 - 2.4.1. Définition
 - 2.4.2. Structure
 - 2.4.3. À quoi sert-il?
 - 2.4.4. Avantages de l'utilisation
- 2.5. Vitrine de la Parapharmacie
 - 2.5.1. Conseils pour une vitrine éblouissante
 - 2.5.2. Disposition de la vitrine
 - 2.5.3. L'importance de la vitrine
 - 2.5.4. Disposition de la vitrine en fonction de la saison
- 2.6. *Sell In* et *Sell Out* en Parapharmacie
 - 2.6.1. Différences entre *Sell In* et *Sell Out*
 - 2.6.2. ¿Qu'est ce que le *Sell In*?
 - 2.6.3. ¿Qu'est ce que le *Sell Out*?
 - 2.6.4. Le *Sell In* et le *Sell Out* comme indicateurs de performance

- 2.7. Les fournisseurs en tant que *Partners*
 - 2.7.1. Implication des fournisseurs
 - 2.7.2. *Merchandising*
 - 2.7.3. Types de fournisseurs
 - 2.7.4. Synergie entre le fournisseur et la Parapharmacie
- 2.8. Marketing mobile en Parapharmacie
 - 2.8.1. Définition
 - 2.8.2. Structures principales
 - 2.8.3. Objectifs
 - 2.8.4. Multi-dispositifs
- 2.9. Marketing Sociales en Parapharmacie
 - 2.9.1. Définition
 - 2.9.2. Structures principales
 - 2.9.3. Objectifs
 - 2.9.4. Analyser les attitudes, les croyances, les valeurs et les comportements
- 2.10. Video Marketing en Parapharmacie
 - 2.10.1. Définition
 - 2.10.2. Structures principales
 - 2.10.3. Objectifs
 - 2.10.4. Contenu et format des vidéos

Module 3. Dermocosmétique en Parapharmacie

- 3.1. Le marché de la Dermocosmétique
 - 3.1.1. Définition
 - 3.1.2. Objectifs
 - 3.1.3. Réaliser une analyse complète du marché des cosmétiques et dermo-cosmétiques en Pharmacie ou Parapharmacie
 - 3.1.4. SWOT
- 3.2. Principes Actifs
 - 3.2.1. Définition
 - 3.2.2. Principaux ingrédients actifs
 - 3.2.3. Utilisations des substances actives
 - 3.2.4. Avantages des substances actives

- 3.3. Principales formulations des produits dermo-cosmétiques
 - 3.3.1. Définition
 - 3.3.2. Principales formulations
 - 3.3.3. Utilisation des formules
 - 3.3.4. Avantages des formules
- 3.4. Photoprotection en Parapharmacie
 - 3.4.1. Définition
 - 3.4.2. Principaux photoprotecteurs
 - 3.4.3. Utilisations des photoprotecteurs
 - 3.4.4. Avantages des écrans solaires
- 3.5. Principaux produits dermo-cosmétiques
 - 3.5.1. Dermatologiques: pour le traitement des peaux délicates ou à problèmes
 - 3.5.2. Cosmétiques ou sélectifs: pour des routines plus complètes et l'absence de pathologies cutanées
 - 3.5.3. Premium: produits cosmétiques et crèmes haut de gamme plus avancés et innovants
 - 3.5.4. Naturel ou Bio: composé d'ingrédients d'origine végétale
- 3.6. Dermo-cosmétique de prévention
 - 3.6.1. Origine
 - 3.6.2. Définition
 - 3.6.3. Objectifs
 - 3.6.4. Conclusions
- 3.7. Importance de la Dermo-cosmétique en Parapharmacie
 - 3.7.1. Les dermo-cosmétiques gagnent de plus en plus de terrain dans la Parapharmacie
 - 3.7.2. Tendances du marché des dermo-cosmétiques en Pharmacie ou Parapharmacie
 - 3.7.3. Placement de produits dermo-esthétiques en Parapharmacie
 - 3.7.4. Conclusion
- 3.8. Types de peau
 - 3.8.1. Comment identifier les types de peau?
 - 3.8.2. Les quatre types de peau
 - 3.8.3. L'évaluation du type de peau
 - 3.8.4. L'état de la peau



- 3.9. Produits dermo-cosmétiques pour les cheveux
 - 3.9.1. Définition
 - 3.9.2. Définition des objectifs
 - 3.9.3. Problèmes capillaires
 - 3.9.4. Traitement des problèmes par les dermo-cosmétiques capillaires
- 3.10. Dernières technologies en dermo-cosmétique
 - 3.10.1. Analyse dermique faciale
 - 3.10.2. Analyse capillaire
 - 3.10.3. Analyse 3D
 - 3.10.4. L'avenir technologique de l'industrie

Module 4. Diététique - compléments alimentaires

- 4.1. Les compléments alimentaires au XXIe siècle
 - 4.1.1. Définition
 - 4.1.2. Structure
 - 4.1.3. À quoi cela sert-il?
 - 4.1.4. Principaux produits dermo-cosmétiques
 - 4.1.5. Principales différences
- 4.2. Différences entre compléments alimentaires, nutricosmétiques et compléments alimentaires
 - 4.2.1. Compléments alimentaires
 - 4.2.2. Nutricosmétiques
 - 4.2.3. Compléments alimentaires
 - 4.2.4. Principales différences
- 4.3. Principaux ingrédients des compléments alimentaires
 - 4.3.1. Minéraux
 - 4.3.2. Fibre
 - 4.3.3. Vitamines
 - 4.3.4. Aminoacides
 - 4.3.5. Acides Gras Polyinsaturés (AGPI)
 - 4.3.6. Probiotiques et plantes
- 4.4. Nutricosmétiques
 - 4.4.1. Qu'est-ce que la nutricosmétique?
 - 4.4.2. Cosmétique ou nutricosmétique
 - 4.4.3. Utilisations des nutricosmétiques: peau
 - 4.4.4. Utilisations des nutricosmétiques: cheveux
- 4.5. Formes posologiques et compléments alimentaires
 - 4.5.1. Qu'est-ce qu'une forme galénique?
 - 4.5.2. Différents types de formes galéniques
 - 4.5.3. Formes galéniques traditionnelles
 - 4.5.4. Formes galéniques modernes
- 4.6. Diététique et nutrition
 - 4.6.1. Différences et similitudes entre les deux
 - 4.6.2. Branches de la nutrition et de la diététique
 - 4.6.3. Régimes alimentaires
 - 4.6.4. Types de régimes
- 4.7. Plantes médicinales
 - 4.7.1. Brève introduction à la phytothérapie
 - 4.7.2. Que sont les plantes médicinales?
 - 4.7.3. À quoi servent les plantes médicinales?
 - 4.7.4. Quelles sont les principales plantes médicinales et leurs principales actions pharmacologiques?
- 4.8. Vitamines et minéraux
 - 4.8.1. Quels types de vitamines sont vendus dans une Parapharmacie?
 - 4.8.2. Différents types de vitamines et de minéraux: les complexes vitaminiques
 - 4.8.3. Les meilleures ventes
 - 4.8.4. Le marché des vitamines
- 4.9. Le marché des compléments alimentaires
 - 4.9.1. Les compléments alimentaires: "une tendance croissante"
 - 4.9.2. Autoconsommation
 - 4.9.3. Quels sont les plus vendus?
 - 4.9.4. Types
- 4.10. Technologies appliquées à la diététique
 - 4.10.1. Dernières avancées technologiques
 - 4.10.2. Nouvelles innovations technologiques
 - 4.10.3. Principales avancées technologiques
 - 4.10.4. Principales applications

Module 5. Catégories de la Parapharmacie

- 5.1. Naturelle
 - 5.1.1. Définition
 - 5.1.2. Structure
 - 5.1.3. À quoi sert-il?
 - 5.1.4. Principaux produits dermo-cosmétiques
- 5.2. Soins capillaires
 - 5.2.1. Définition
 - 5.2.2. Structure
 - 5.2.3. À quoi cela sert-il?
 - 5.2.4. Principaux produits dermo-cosmétiques
- 5.3. Homme
 - 5.3.1. Définition
 - 5.3.2. Structure
 - 5.3.3. À quoi sert-il?
 - 5.3.4. Principaux produits dermo-cosmétiques
- 5.4. Enfants (alimentation et hygiène)
 - 5.4.1. Définition
 - 5.4.2. Structure
 - 5.4.3. À quoi sert-il?
 - 5.4.4. Principaux produits dermo-cosmétiques
- 5.5. Hygiène
 - 5.5.1. Définition
 - 5.5.2. Structure
 - 5.5.3. À quoi sert-il?
 - 5.5.4. Principaux produits dermo-cosmétiques
- 5.6. Soins bucco-dentaires
 - 5.6.1. Définition
 - 5.6.2. Structure
 - 5.6.3. À quoi sert-il?
 - 5.6.4. Principaux produits dermo-cosmétiques

- 5.7. Soins du corps
 - 5.7.1. Définition
 - 5.7.2. Structure
 - 5.7.3. À quoi sert-il?
 - 5.7.4. Principaux produits dermo-cosmétiques
- 5.8. Trousse de secours
 - 5.8.1. Définition
 - 5.8.2. Structure
 - 5.8.3. À quoi sert-il?
 - 5.8.4. Principaux produits dermo-cosmétiques
- 5.9. Orthopédie
 - 5.9.1. Définition
 - 5.9.2. Structure
 - 5.9.3. À quoi sert-il?
 - 5.9.4. Principaux produits
- 5.10. Optique
 - 5.10.1. Définition
 - 5.10.2. Structure
 - 5.10.3. À quoi sert-il?
 - 5.10.4. Principaux produits

Module 6. Rentabilité de la Parapharmacie

- 6.1. Comptabilité et finances d'une Parapharmacie
 - 6.1.1. Éléments de base de la comptabilité
 - 6.1.2. Les actifs dans la comptabilité des Parapharmacies
 - 6.1.3. Le passif dans la comptabilité des Parapharmacies
 - 6.1.4. Types de TVA Charges
- 6.2. Gestion des achats
 - 6.2.1. Fournisseurs
 - 6.2.2. Gestion des stocks
 - 6.2.3. Produits ABC
 - 6.2.4. Types d'achats en Parapharmacie

- 6.3. Gestion des ventes
 - 6.3.1. Vente de l'activité de pharmacie
 - 6.3.2. Le TPV comme outil de vente pour les parapharmacies
 - 6.3.3. Coûts et dépenses
 - 6.3.4. Bénéfice net
- 6.4. Marge d'une Parapharmacie PVL, PVF et PVP
 - 6.4.1. Qu'est-ce que le PVL?
 - 6.4.2. Calcul du PVP
 - 6.4.3. Marge nette et différences entre PVL PVF et PVP
 - 6.4.4. Comment améliorer la marge
 - 6.4.5. L'amortissement de la pharmacie
- 6.5. Plan de vente d'une Parapharmacie
 - 6.5.1. Comment établir un plan de vente
 - 6.5.2. Fidélisation des clients
 - 6.5.3. Planification de l'incitation à la vente
 - 6.5.4. Incitation du personnel à la vente
- 6.6. Outils d'étude des ventes dans une Parapharmacie
 - 6.6.1. L'expérience d'achat des clients
 - 6.6.2. *Upselling*
 - 6.6.3. Vente croisée
 - 6.6.4. *Packs*
 - 6.6.5. Techniques d'offre pour une Parapharmacie
- 6.7. Principales données fiscales de la parapharmacie
 - 6.7.1. Que choisir: SL, CB, SA ou indépendant
 - 6.7.2. Recargo de equivalencia
- 6.8. Types de paiement
 - 6.8.1. Paiements aux fournisseurs
 - 6.8.2. Report de paiement

- 6.9. Plan financier
 - 6.9.1. Plan d'investissement
 - 6.9.2. Bilan financier
 - 6.9.3. Budget de trésorerie
 - 6.9.4. Compte de résultat prévisionnel
 - 6.9.5. Plan de trésorerie
- 6.10. Marge bénéficiaire d'une Parapharmacie
 - 6.10.1. Négociation avec les fournisseurs
 - 6.10.2. Réduction des coûts d'achat
 - 6.10.3. Remises accordées aux fournisseurs en cas de paiement rapide
 - 6.10.4. Augmentation des heures d'ouverture de la Parapharmacie

Module 7. Distribution Parapharmaceutique

- 7.1. Technologie innovante pour la distribution de produits parapharmaceutiques
- 7.2. Logistique
 - 7.2.1. Préparation de commandes
 - 7.2.2. Livraison de commandes
 - 7.2.3. Bons de livraison et factures
 - 7.2.4. Bonnes pratiques
- 7.3. Chaîne de distribution des produits parapharmaceutiques
 - 7.3.1. Acteurs de la distribution: Qui sont-ils?
 - 7.3.2. Qu'est-ce qu'un grossiste?
 - 7.3.3. Qu'est-ce qu'un distributeur?
 - 7.3.4. Qu'est-ce qu'une centrale d'achat?
 - 7.3.5. La Parapharmacie en tant que point de vente final au client
- 7.4. Gestion TIC de l'entrepôt de la Parapharmacie
 - 7.4.1. Qu'est-ce que l'entrepôt de la Parapharmacie?
 - 7.4.2. Gestion des commandes et de l'approvisionnement
 - 7.4.3. Réception des marchandises
 - 7.4.4. Stockage et placement des produits

- 7.5. Marché de la parapharmacie
 - 7.5.1. Présentation et définition du marché en chiffres
 - 7.5.2. Le marché intérieur
 - 7.5.3. Analyse de la demande: utilisation de produits de beauté et de soins personnels
Comportement d'achat des consommateurs
 - 7.5.4. Structure du marché
- 7.6. Gestion des stocks
 - 7.6.1. Gestion optimale de stock en Parapharmacie
 - 7.6.2. L'inventaire optimal de la Parapharmacie est basé sur l'analyse de 10 variables
 - 7.6.3. Taux de rotation et niveaux optimaux de gestion des stocks dans la Parapharmacie
 - 7.6.4. Conclusions
- 7.7. Types de commandes en Parapharmacie
 - 7.7.1. Gestion des commandes en Parapharmacie
 - 7.7.2. Quels types de vitamines sont vendus dans une Parapharmacie?
 - 7.7.3. Comment passer les commandes?
 - 7.7.4. Autres options
- 7.8. Qualité des produits de Parapharmacie
 - 7.8.1. Étiquetage des produits
 - 7.8.2. Code des produits de Parapharmacie comme garantie de qualité
 - 7.8.3. Image de qualité des produits de Parapharmacie
 - 7.8.4. La Parapharmacie, en tant que canal de vente, garantit la qualité des produits
- 7.9. Clientèle finale
 - 7.9.1. Vente active
 - 7.9.2. Recommandations pour passer de la vente active au conseil en vente
 - 7.9.3. La connaissance du client
 - 7.9.4. Le client final
- 7.10. Clés de gestion de la Parapharmacie
 - 7.10.1. Conseils pour optimiser la gestion de la Parapharmacie
 - 7.10.2. Domaines de gestion de la Parapharmacie
 - 7.10.3. Conseils pratiques
 - 7.10.4. Conclusions

Module 8. Accueil en Parapharmacie

- 8.1. Conseils parapharmaceutiques
 - 8.1.1. Qu'est-ce qu'un conseil parapharmaceutique et à quoi cela devrait-il ressembler?
 - 8.1.2. L'importance du conseil parapharmaceutique pour le client
 - 8.1.3. Consultation en Parapharmacie
 - 8.1.4. Conclusions
- 8.2. Le pharmacien/parapharmacien en tant que conseiller de santé
 - 8.2.1. Rôle du pharmacien/parapharmacien en tant qu'expert en santé
 - 8.2.2. Personnalisation du client
 - 8.2.3. Suivi du client
 - 8.2.4. Service après-vente
- 8.3. Psychologie du client
 - 8.3.1. Espace santé pour le client
 - 8.3.2. Consultations diététiques et esthétiques
 - 8.3.3. Connaissance du client
 - 8.3.4. Stratégies avec les clients
- 8.4. Fidélisation de la clientèle
 - 8.4.1. Le conseil du pharmacien comme outil de fidélisation de la clientèle
 - 8.4.2. Outils de fidélisation de la clientèle
 - 8.4.3. Le conseil permanent au client
 - 8.4.4. Le client au centre de l'entreprise
- 8.5. Le coin santé en Parapharmacie
 - 8.5.1. Optimiser les ventes
 - 8.5.2. Augmenter les ventes en Parapharmacie
 - 8.5.3. Service personnalisé aux clients en fonction de leurs besoins en matière de santé
 - 8.5.4. Conclusions
- 8.6. Types de clients
 - 8.6.1. L'importance d'une équipe alignée sur la stratégie de la Parapharmacie
 - 8.6.2. Classification des clients
 - 8.6.3. Traitement du client en fonction de sa classification
 - 8.6.4. L'équipe de parapharmacie en tant que conseiller de santé pour le client

- 8.7. *Smart Lockers*
 - 8.7.1. Démarrer avec *Smart Locker*
 - 8.7.2. Tirer le meilleur parti de mon *Smart Lockers*
 - 8.7.3. Besoins d'utilisation des *Smart Lockers*
 - 8.7.4. La Parapharmacie en tant que paradigme technologique
- 8.8. Une attention personnalisée
 - 8.8.1. Identifier le client
 - 8.8.2. Soigner son client
 - 8.8.3. La communication avec le client est l'outil prioritaire pour conclure la vente
 - 8.8.4. Conclusions
- 8.9. Les nouvelles technologies en Parapharmacie
- 8.10. Formation des clients
 - 8.10.1. Ateliers de formation
 - 8.10.2. Discussions sur les produits
 - 8.10.3. Marketing axé sur la formation des clients
 - 8.10.4. Conclusions

Module 9. Plans de Marketing en Parapharmacie

- 9.1. Concept de Marketing
 - 9.1.1. Introduction au Marketing Général
 - 9.1.2. Stratégies de produits
 - 9.1.3. Stratégies de fixation des prix
 - 9.1.4. Segmentation et positionnement
- 9.2. Objectif d'un plan de Marketing en Parapharmacie
 - 9.2.1. Promouvoir la mise en œuvre d'activités commerciales dans la zone de vente de Parapharmacie
 - 9.2.2. Augmenter les ventes de produits de Parapharmacie
 - 9.2.3. Rotation du stock de produits de Parapharmacie
 - 9.2.4. Renforcer la marque de notre Parapharmacie et contrer la concurrence
- 9.3. Campagne de Marketing en Parapharmacie Types
 - 9.3.1. Campagne de promotion
 - 9.3.2. Campagne de témoignages
 - 9.3.3. Campagne de Marketing dans le RRSS
 - 9.3.4. Campagne de lancement de produits

- 9.4. Étapes du plan de Marketing
 - 9.4.1. Effectuer une analyse externe et interne
 - 9.4.2. SWOT
 - 9.4.3. Établir la stratégie de communication et le plan d'action
 - 9.4.4. Planifier le plan de Marketing: la campagne
 - 9.4.5. Communication à l'équipe
 - 9.4.6. Évaluation de la campagne
- 9.5. Qu'est-ce que le Marketing viral la Parapharmacie?
 - 9.5.1. Définition du Marketing viral
 - 9.5.2. Le bouche à oreille
 - 9.5.3. Portée du Marketing viral
 - 9.5.4. Exemples de Marketing viral
- 9.6. L'identité de la Parapharmacie
 - 9.6.1. L'évolution de l'identité
 - 9.6.2. Marketing identitaire
 - 9.6.3. Techniques d'identité
 - 9.6.4. Conclusions
- 9.7. Techniques de vente croisée
 - 9.7.1. Définition
 - 9.7.2. Principales techniques
 - 9.7.3. Réalisation d'un bénéfice
 - 9.7.4. Meilleures pratiques
- 9.8. *Merchandising* de Parapharmacie
 - 9.8.1. Types de *Merchandising*
 - 9.8.2. Les différents intérêts de *Merchandising*
 - 9.8.3. Fournisseur d'image de marque
 - 9.8.4. Le consommateur: choix de l'assortiment et de l'attractivité
- 9.9. Expérience d'achat du consommateur
 - 9.9.1. Type de client
 - 9.9.2. Personnalisation
 - 9.9.3. Leadership avec le client
 - 9.9.4. Nouvelles technologies de communication avec le client

- 9.10. Analyse des ventes en Parapharmacie
 - 9.10.1. Les produits les plus vendus
 - 9.10.2. Rotation et périodicité des stocks
 - 9.10.3. RSI
 - 9.10.4. Les produits les moins vendus Suppression des stocks

Module 10. Parapharmacie en ligne

- 10.1. Les différentes formes de parapharmacie en ligne
 - 10.1.1. Définition d'une parapharmacie en ligne
 - 10.1.2. La parapharmacie en ligne en tant que e-commerce: une nouvelle façon d'acheter en ligne
 - 10.1.3. La Parapharmacie en ligne, une formidable opportunité commerciale
 - 10.1.4. Entrepreneuriat en ligne
- 10.2. Avantages d'une Parapharmacie en ligne
 - 10.2.1. Augmentation de la portée
 - 10.2.2. Ouverture 24h et 7j
 - 10.2.3. Réduction des coûts et augmentation des bénéfices
 - 10.2.4. Stratégies du Marketing Numérique
- 10.3. Inconvénients d'une Parapharmacie en ligne
 - 10.3.1. Méfiance à l'égard d'Internet
 - 10.3.2. Impossibilité de toucher le produit
 - 10.3.3. Accès des personnes âgées à Internet
 - 10.3.4. Concurrence dans le secteur
- 10.4. Web 3D
 - 10.4.1. Définition
 - 10.4.2. Le marché
 - 10.4.3. Techniques
 - 10.4.4. Conclusion
- 10.5. Le commerce électronique: la nouvelle normalité
 - 10.5.1. Effet COVID-19: augmentation des ventes en ligne
 - 10.5.2. Outil d'achat en ligne
 - 10.5.3. Collecte en magasin
 - 10.5.4. Attirer du trafic vers la Parapharmacie physique



- 10.6. Achats numériques
 - 10.6.1. Offre et prix
 - 10.6.2. Confiance des clients
 - 10.6.3. Service après-vente
 - 10.6.4. L'expérience d'achat des clients
- 10.7. Comment créer votre Parapharmacie en ligne Conseils
 - 10.7.1. Fixation des objectifs Un bon nom pour votre commerce électronique - Parafarmacia en ligne
 - 10.7.2. Certificat SSL
 - 10.7.3. Construire votre site web auprès des professionnels
 - 10.7.4. *Web Responsive*
 - 10.7.5. Entonnoir de vente
 - 10.7.6. Créer une bonne page d'accueil
 - 10.7.7. Description des produits
 - 10.7.8. Service après-vente
- 10.8. Positionnement de la Parapharmacie en ligne (SEO)
 - 10.8.1. SEO local pour le référencement local
 - 10.8.2. SEO pour positionner les catégories, marques ou produits de votre Parapharmacie en ligne
 - 10.8.3. Publier du contenu qui se classe dans Google: blog et Marketing de contenu
 - 10.8.4. Élaborer un bon plan de *Backlinks*
- 10.9. Les réseaux sociaux dans la Parapharmacie en ligne
 - 10.9.1. Principaux Réseaux Sociaux: Facebook, Instagram, YouTube et LinkedIn
 - 10.9.2. Que faire pour vendre sur les réseaux sociaux?
 - 10.9.3. Analyser la concurrence
 - 10.9.4. Que faire pour gagner des followers?
- 10.10. SEM dans la Parapharmacie en ligne
 - 10.10.1. Comment mener une campagne SEM?
 - 10.10.2. Google Ads: Qu'est-ce que c'est?
 - 10.10.3. Facebook Ads: Qu'est-ce que c'est?
 - 10.10.4. Choisir une agence de Marketing Digital SEO et SEM

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***.



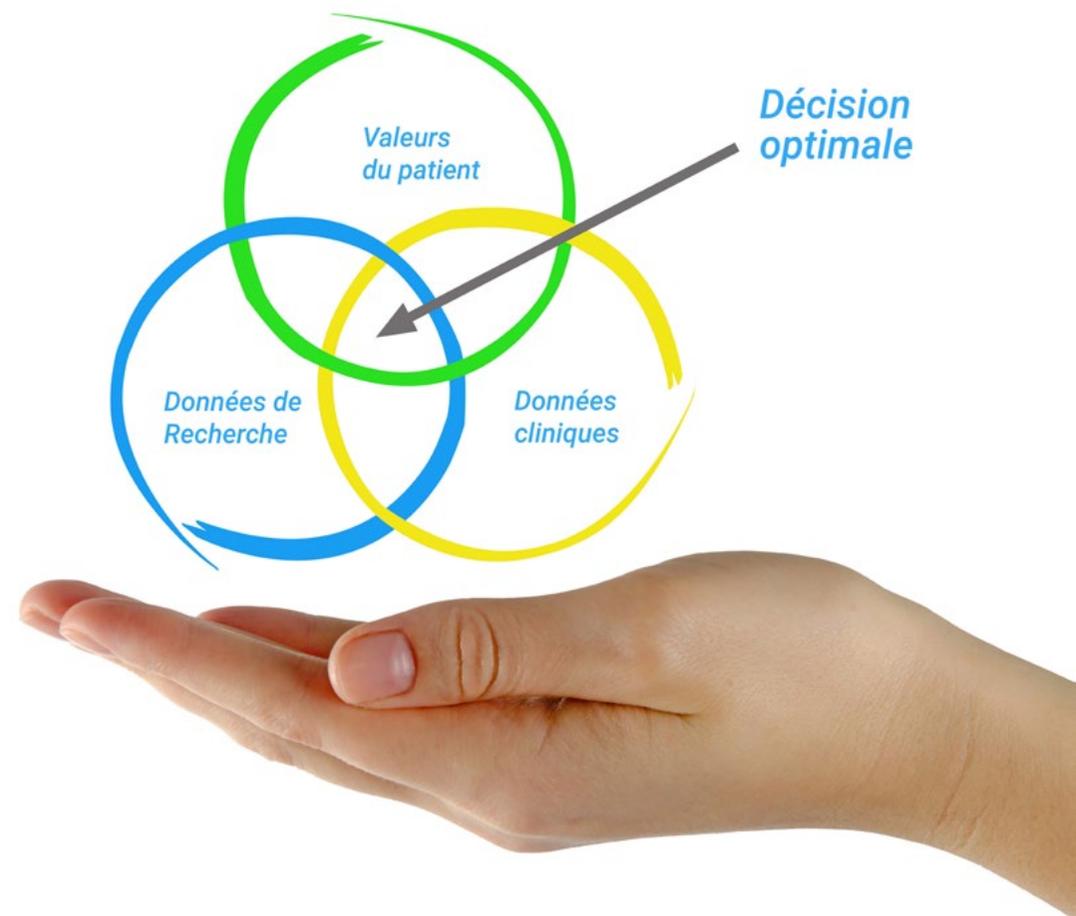
“

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

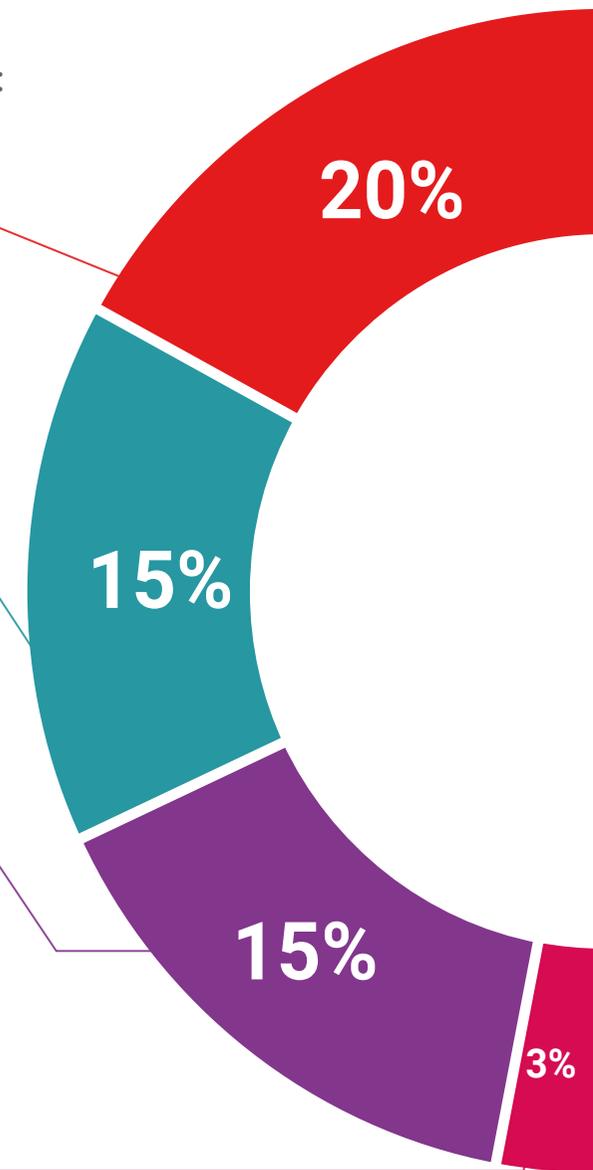
Nous présentons les contenus de manière attrayante et dynamique dans des dossiers multimédias comprenant des fichiers audios, des vidéos, des images, des diagrammes et des cartes conceptuelles afin de consolider les connaissances.

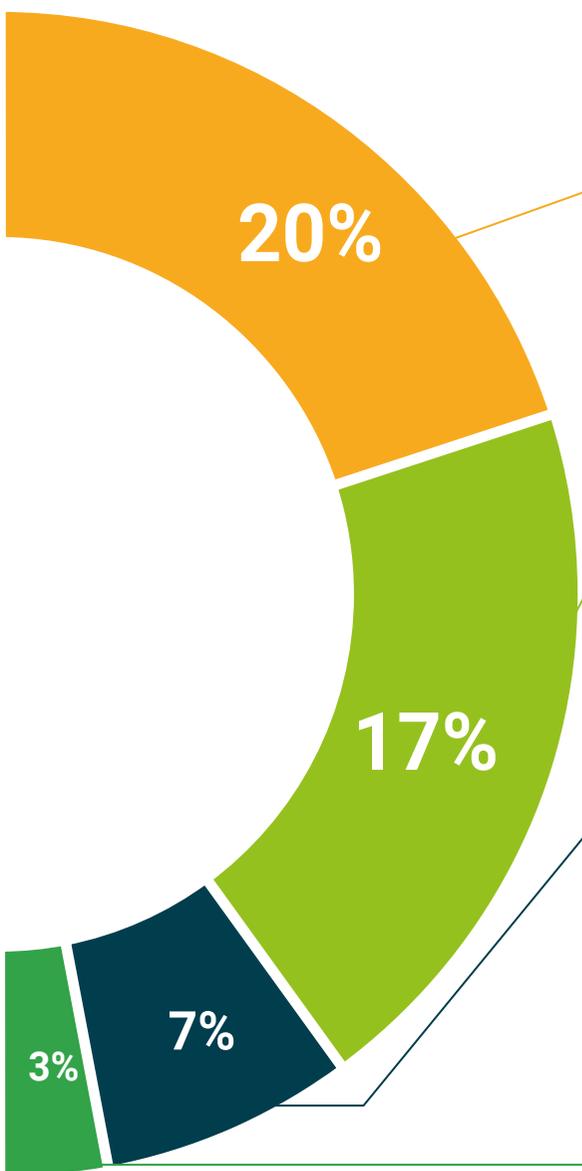
Ce système éducatif exclusif pour la présentation de contenu multimédia a été récompensé par Microsoft en tant que "European Success Story".



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 Parapharmacie garantit, outre la formation la plus rigoureuse et la plus actualisée, l'accès à un diplôme de Mastère Spécialisé délivré par TECH Université Technologique.



“

*Complétez ce programme et recevez
votre diplôme sans avoir à vous soucier
des déplacements ou des démarches
administratives inutiles”*

Ce **Mastère Spécialisé en Parapharmacie** contient le programme scientifique le plus complet et le plus actualisé du marché.

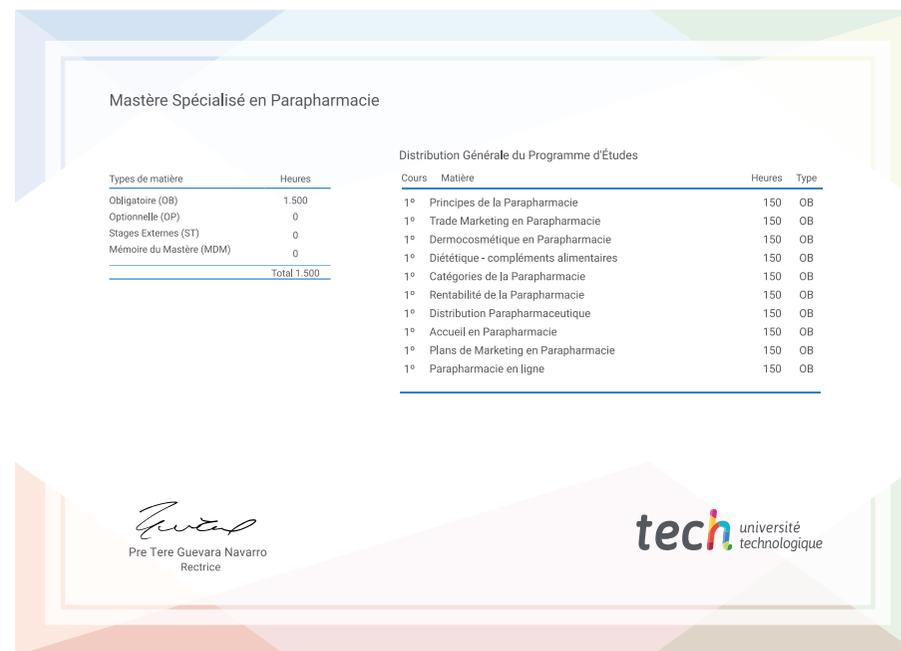
Après avoir passé l'évaluation, l'étudiant recevra par courrier* avec accusé de réception son diplôme de **Mastère Spécialisé** délivrée par **TECH Université Technologique**.

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 Parapharmacie**

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 Parapharmacie

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

Mastère Spécialisé

Parapharmacie

