

2 MODULES  
AGRÉÉS OGDPC\*

FORMATION CONTINUE  
TEMPS PARTIEL  
2015-2016

Executive MBA

# MARKETING ET MANAGEMENT DE LA PHARMACIE D'OFFICINE

Une équipe pédagogique d'experts pour servir vos projets officinaux, tant pour les titulaires que pour les pharmaciens adjoints ou en reconversion professionnelle.

Multiples solutions de prise en charge financières:  
OPCA-PL...

## Directrice du diplôme

Marie Henry, enseignante et directrice  
du diplôme d'université Management  
de l'officine à l'EM Strasbourg,  
docteur en pharmacie, HEC



© Alexis Chézière

MICHEL  SIMOND

**Crédit Mutuel**  
Professions de Santé  
[www.cmps.creditmutuel.fr](http://www.cmps.creditmutuel.fr)



Faculté  
de pharmacie  
UNIVERSITÉ DE STRASBOURG

\* En cours de validation  
(voir page 3).



be distinctive ■  
**EM STRASBOURG**  
BUSINESS SCHOOL

## L'EM Strasbourg forme des managers performants, responsables et ouverts sur le monde dans un environnement international.

Seule business school en France composante d'une université internationalement reconnue, elle adosse ses programmes à une recherche académique de qualité. L'EM Strasbourg offre à ses étudiants, tout au long de leurs études, les outils nécessaires à une évolution dans des environnements complexes notamment par la transmission de ses trois valeurs, la diversité, le développement durable et l'éthique.

La pharmacie d'officine entre dans une nouvelle ère. Augmentation accrue de la concurrence, remboursements, vente libre de spécialités, élargissement de l'offre, développement de nouvelles activités (loi HPST), exigences croissantes du consommateur, mode de fonctionnement en mutation : autant de paramètres qui impliquent de développer des compétences managériales et de mettre en place un marketing *ad hoc* pour assurer la performance de son entreprise et anticiper le changement.

## OBJECTIFS

- Proposer une formation en management de haut niveau.
- Développer une conduite stratégique à moyen et long terme pour son officine.
- Favoriser les échanges interprofessionnels (acteurs de la santé, entreprises, consultants...).
- Mettre en œuvre dans les plus brefs délais les acquis de la formation au sein de son officine.
- Contribuer au développement de techniques et outils marketing performants pour potentialiser l'activité officinale.
- Intégrer les connaissances relatives à la clientèle : comportement du consommateur, développement de techniques de vente...

## DÉBOUCHÉS

- Développer la performance de son officine (stratégie, CA, marque, services client, spécialisation...).
- Sécuriser et faciliter son installation en officine.

## PÉDAGOGIE

Dans son approche pédagogique, l'Executive MBA permet des échanges directs, le croisement des différentes approches, des témoignages d'experts du domaine qui révèlent les diverses perceptions des enjeux et stratégies de l'activité officinale. Les enseignements se fondent essentiellement sur l'articulation entre deux perspectives complémentaires : une perspective académique et une perspective professionnelle à visée opérationnelle.

## Le mot de la directrice du diplôme

« Forte d'un pôle management de la santé et d'une expertise dans l'enseignement de la double compétence (compétences initiales enrichies de compétences en management), l'école a tout naturellement développé cet Executive MBA pour des pharmaciens titulaires ou adjoints souhaitant faire face aux mutations du secteur, afin de développer ou de pérenniser leur officine ou de les aider à se réorienter dans le secteur officinal. L'accueil de professionnels issus de toute la France démontre un réel besoin de formation. À noter que deux des modules se dérouleront dorénavant dans les locaux parisiens de l'école. »

Marie Henry

## PUBLICS

### Conditions d'admission

La formation s'adresse aux titulaires d'un diplôme bac+4/5 au minimum et justifiant de trois années d'expérience professionnelle.

- Pharmaciens titulaires ou adjoints.
- Jeunes pharmaciens diplômés s'ils justifient d'une expérience en officine (3 années cumulées) ou d'un projet de reprise d'une officine à court ou moyen terme.
- Professionnels d'autres secteurs souhaitant s'impliquer dans l'activité officinale.

### Déroulement de la sélection

- Pré-sélection sur dossier, sélection sur entretien devant un jury composé d'universitaires et de professionnels.
- Critères de sélection : performance du cursus universitaire, cohérence du parcours et du projet professionnels, personnalité...



***Retrouvez nos diplômés sur la page LinkedIn « école » de l'EM Strasbourg Business School.***

# CALENDRIER

	Oct. 2015	Nov.	Déc.	Janv. 2016	Fév.	Mars	Avril	Mai	Juin	Sept. 2016
<b>10 modules de 3 jours (lundi, mardi, mercredi) sur 12 mois</b>	Du 6 au 8	Du 3 au 5	Du 8 au 10	Du 12 au 14 (Paris)	Du 9 au 11	Du 16 au 18	Du 13 au 15 (Paris)	Du 18 au 20	Du 8 au 10	Du 14 au 16

Les enseignements sont menés en alternance avec l'activité professionnelle. En janvier et en avril, les modules se déroulent à Paris.

## ENSEIGNEMENTS

Le cursus représente 240 heures d'enseignements (modules 1 à 10), complétés par des ateliers-recherche et des conférences, ainsi que par un module dédié à la réalisation du projet professionnel (module 11). Il est possible de suivre la formation sur deux ans ou par module(s).

<b>Module 1 MARKETING STRATÉGIQUE</b>	Stratégie marketing ..... Stratégie marketing : élaboration du plan stratégique ..... <i>Business Game I</i> : plan stratégique de son officine	
<b>Module 2 MARKETING OPÉRATIONNEL</b>	Introduction : comment élaborer le plan d'actions ? ..... Mix marketing ..... <i>Business Game II</i> : plan d'action de son officine	
<b>Module 3 LOGISTIQUE, DISTRIBUTION, ACHATS ET NÉGOCIATIONS</b>	Achats et négociations ..... Modeles de distribution horizon 2018 ..... Stratégie de prix	
<b>Module 4 MERCHANDISING ET TECHNIQUES DE VENTE</b>	Formation aux techniques de vente ..... Développement de l'offre ..... Théâtralisation du point de vente	
<b>Module 5 ÉTUDE DU COMPORTEMENT DU CONSOMMATEUR</b>	Marketing sensoriel et expérientiel ..... Enseignes/groupements ..... Géomarketing ..... Vente en ligne – internet	
<b>Module 6 E-MARKETING</b>	Système d'informations ..... Conférence e-marketing	
<b>Module 7 MANAGEMENT</b>	Management des acteurs ..... Leadership pour managers ..... Motivation des équipes ..... Ressources humaines en officine	<b>Modules agréés par l'OGDPC* (prise en charge par l'OGDPC ou par l'OPCA-PL). Cours à Paris.</b>
<b>Module 8 GESTION DE PROJET ET MANAGEMENT DE LA QUALITÉ</b>	Démarche qualité ..... Outils et applications	
<b>Module 9 COMPTABILITÉ ET FINANCE</b>	Théorie gestion officinale ..... Pilotage de la performance économique ..... Gestion officinale suivi « étude de cas » – analyse bilancielle de l'officine	
<b>Module 10 CONSEILS JURIDIQUES</b>	Droit du travail ..... Bilan du marché de l'officine	
<b>Module 11 PROJET PROFESSIONNEL</b>	Méthodologie du mémoire et rédaction d'un mémoire où le stagiaire traite d'une problématique officinale ou d'une thématique marketing ou management officinal	

\* En cours de validation.

## En pratique

### Tarifs\*

- Frais d'examen de dossier : 55 €
- Frais de scolarité : 8 600 € (droits d'inscription universitaires inclus)
- Tarif d'un module de 3 jours : 1 600 € (auditeur libre, utilisation du DIF)

### Candidature

Le dépôt des candidatures s'effectue en ligne, sur [www.em-strasbourg.eu](http://www.em-strasbourg.eu), depuis la page de la formation, à partir du mois de mars.

Le calendrier détaillé est disponible sur notre site web.

### Financement

Différentes possibilités de financement existent, combinables entre elles :

- prêt bancaire à taux préférentiel (nouveau),
- CIF, DIF, plan de formation de l'entreprise,
- prise en charge de tout ou partie des frais par l'OPCA-PL,
- financement personnel et/ou de l'officine.

\* Sous réserve de modification.

## Contact scolarité

Hélène Bernard : +33 (0)3 68 85 88 41  
[executive.education@em-strasbourg.eu](mailto:executive.education@em-strasbourg.eu)

## CAP CAREER

L'EM Strasbourg offre un dispositif d'accompagnement au développement professionnel et personnel pour les formations Executive MBA : Cap Career Executive. Plaçant la valeur humaine au cœur des cursus, il permet d'ajuster les savoirs et les savoir-être développés aux enjeux individuels des professionnalisations engagées. Trois temps forts – Diagnostic First, l'inventaire des potentiels et des talents personnels et Trajectoire excellence pro – participent à la construction d'une identité «distinctive», véritable valeur ajoutée des Executive MBA EM Strasbourg.

### Les partenaires

- Faculté de pharmacie de Strasbourg
- Conseil régional de l'Ordre des pharmaciens d'Alsace
- Crédit mutuel des professions de santé (CMPS)
- Michel Simond

## PAROLES DE DIPLÔMÉS

Valérie Daniel

**Pharmacien adjoint, diplômée 2013**

«Cette formation m'a apporté des outils en comptabilité, management, marketing et, plus généralement, en gestion d'entreprise, tout en me permettant d'exercer une activité professionnelle durant cette année de formation à temps partiel. Je peux à présent construire de façon plus sereine et structurée mon projet, ayant appris à élaborer une stratégie pour réaliser les objectifs que je me suis fixés.»

Pierre Vandavelde

**Pharmacien titulaire, diplômé 2013**

«Titulaire depuis huit ans, j'ai trouvé dans cette formation une aide précieuse pour la gestion au quotidien de mon officine. L'approche impartiale de certains formateurs extérieurs au monde de

l'officine permet de se rendre compte des difficultés mais également de toutes les opportunités qui s'offrent à nous. Les échanges entre pharmaciens d'horizons divers sont très enrichissants et créent une émulation intéressante pour un chef d'entreprise. On se demande après avoir terminé pourquoi on ne l'a pas fait plus tôt ! »

Anne-Laure Matt

**Pharmacien titulaire, diplômée 2012**

«Cet Executive MBA a été la formation nécessaire à la reprise de la pharmacie paternelle. Gestion, management, marketing : des inconnus jusqu'alors, devenus des outils primordiaux pour le chef d'entreprise que je suis aujourd'hui. L'atout maître de ce diplôme se situe dans la rencontre avec d'autres confrères pour, ensemble, trouver des réponses pour l'avenir de notre profession.»

61 avenue de la Forêt-Noire  
F-67085 Strasbourg Cedex  
Tél. : +33 (0)3 68 85 80 00  
contact@em-strasbourg.eu  
[www.em-strasbourg.eu](http://www.em-strasbourg.eu)

