

CATALOGUE DE FORMATION PROFESSIONNELLE





ATTACHE DE RECHERCHE CLINIQUE

OBJECTIFS DE LA FORMATION

1. Former au métier d'Attaché de Recherche Clinique (ARC)
2. Se familiariser avec la réglementation
3. Gérer la pharmacovigilance

Contenu de la formation

- Description des rôles et responsabilités d'un attaché de recherche clinique
- Etudes clinique (*phases et méthodologie*)
- Bonnes Pratiques Cliniques
- Lois algériennes
- IRB/IEC
- RGPD
- *Documents (Protocole, ICF, CRF, IB, ISF, TMF)*
- *Monitoring, Audit et Inspection*
- Pharmacovigilance





DELEGUE DE L'INFORMATION MEDICALE

OBJECTIFS DE LA FORMATION

1. Former les professionnels au métier de délégué de l'information médical
2. Suivre le processus de sortie d'un médicament, de son développement à son enregistrement
3. Transmettre les outils clés pour un délégué de l'information médicale

Contenu de la formation

- Description des rôles et responsabilités d'un délégué de l'information médicale
- Processus de sortie d'un médicament (*développement, études cliniques, enregistrement*)
- Visite médicale
- Bonnes pratiques de promotion
- Pharmacovigilance
- Pharmacoeconomie/ SMR
- Techniques de communication
- Liens entre la délégation médicale et les autres métiers dans le pharma
- Cas pratiques





MEDICAL SCIENTIST LEAD

OBJECTIFS DE LA FORMATION

1. Former les professionnels aux métiers d'MSL, Medical advisor et Médecin produit
2. Former les professionnels aux études cliniques
3. Développer la lecture critique d'un article scientifique

Contenu de la formation

- Description des rôles et responsabilités d'un MSL, Medical Advisor et Médecin produit
- Développement du médicament
- Etudes Cliniques
- Lecture critique d'articles scientifiques
- Interaction avec les autres métiers dans le pharma
- Cas pratiques





PRODUCT MANAGER/ MARKETING MANAGER

OBJECTIFS DE LA FORMATION

1. Former les professionnels aux métiers de Product Manager et Marketing Manager
2. Se familiariser avec les bonnes pratiques de promotion et éthique médicale et pharmaceutique
3. Définir et élaborer un plan marketing

Contenu de la formation

- Description des rôles et responsabilités du Product manager et Marketing Manager
- Développement du médicament
- Phases de développement clinique
- Bonnes Pratiques de promotion et éthique médicale et pharmaceutique
- Marketing Fonction
- Définition d'un Plan Marketing
- Elaboration d'un Plan Marketing
- Gestion de KOL (Key of Lead)
- Organisation de Focus Groupes et Symposium





PHARMACIEN DIRECTEUR TECHNIQUE

OBJECTIFS DE LA FORMATION

1. Former les professionnels aux métiers de Pharmacien Directeur Technique
2. Se familiariser avec la réglementation et les dossiers de soumission
3. Former au code d'éthique médicale et pharmaceutique

Contenu de la formation

- Description des rôles et responsabilités du Pharmacien Directeur Technique
- Règlementation Pharmaceutique Nationale et multinationales
- Développement du médicament
- Etudes Cliniques brièvement
- Dossiers de soumissions pour l'enregistrement d'un produit pharmaceutique
- Pharmacovigilance
- Code d'éthique médicale et pharmaceutique
- Mises à jours et révisions





MANAGEMENT ET LEADERSHIP

OBJECTIFS DE LA FORMATION

1. Former les Managers (médical et marketing) aux Management et Leadership
2. Acquérir les connaissances nécessaires pour un management efficace
3. Développer les compétences indispensables pour être un bon leadership

Contenu de la formation

- Description des rôles et responsabilités d'un Manager
- Gestion du temps, des ressources humaines et matérielle et des coûts
- Vision globale du projet et cible des objectifs
- Organisation et Planification
- Elaboration d'un plan d'action clair, efficace et réaliste
- Classification des tâches urgentes et importantes
- Influence positive, écoute et communication





FORMATION A LA CARTE

OBJECTIFS DE LA FORMATION

1. Répondre au besoin du client avec des formations personnalisées
2. Satisfaire les exigences en créant des formations à la demande

Exemples de formation

- Méthodologie de la recherche clinique
- Lecture critique d'un article scientifique
- Gestion du temps
- Formation en communication
- Formation Anglais médico-pharmaceutique et Business
- ...





CATALOGUE DE FORMATION

Cité les dunes, Domaine propriétaire n°389 / Lotissement n°4
Chéraga, 16002, Algiers - Algeria



DE FORMATION

METHODOLOGIE DE LA RECHERCHE
CLINIQUE ET LECTURE CRITIQUE
D'UN ARTICLE SCIENTIFIQUE

2 JOURS



METHODOLOGIE DE LA RECHERCHE CLINIQUE ET LECTURE CRITIQUE

OBJECTIFS DE LA FORMATION

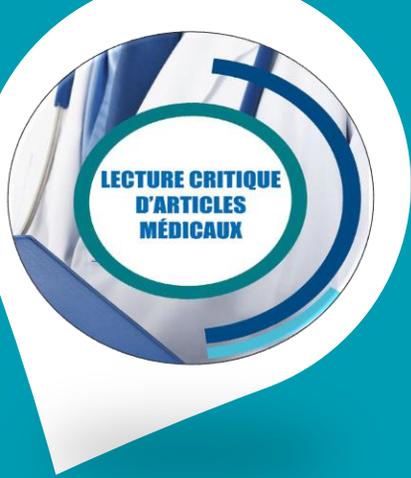
1. Définir et choisir la Méthodologie d'essai Clinique
2. Définir les rôles et responsabilités du médecin investigateur
3. Savoir faire une lecture critique d'un article scientifique

- Rappel des généralités sur la recherche clinique
- Les différentes méthodologies en fonction du type d'essai clinique
- Les outils nécessaires pour une lecture critique et une rédaction scientifique
- Atelier pratique rédactionnel

POUR QUI?

Tout professionnel de santé concerné par la recherche clinique et la rédaction scientifique.





CONTENU DE LA FORMATION

- Définir les méthodologies des essais clinique
- Déterminer les paramètres influençant le choix de la méthodologie
- Définir les rôles et responsabilités du médecin investigateur selon les bonnes pratiques cliniques
- Faire une lecture critique d'un article scientifique
- Rédaction d'un article scientifique et d'un synopsis
- Rédaction d'un synopsis de projet de recherche clinique à partir d'un article scientifique



PRISE DE PAROLE EN PUBLIC

DE FORMATION

2 JOURS



PRISE DE PAROLE EN PUBLIC

OBJECTIFS DE LA FORMATION

1. Maîtriser les étapes et les outils d'une présentation orale vivante et efficace.
2. Identifier les points forts et les points à développer.
3. Apprendre à gérer le stress.

- Une méthode mixant coaching et formation pour une meilleure appropriation des outils
- Une approche centrée sur les participants à partir d'un diagnostic individuel
- Des exercices et des mises en situation pour s'entraîner à la mise en œuvre

POUR QUI?

Toute personne qui doit prendre la parole en public quel qu'en soit le contexte (réunion, conférence, présentation clients).





CONTENU DE LA FORMATION

- Identifier les points forts et ceux à améliorer
- Déterminer les axes d'amélioration au moyen d'un feedback personnalisé
- Capter et retenir l'attention de l'auditoire
- Donner de l'impact au message
- L'importance de la communication non verbale
- Réduire le stress lors de la présentation



GESTION DU TEMPS

DE FORMATION

2 JOURS



GESTION DU TEMPS

OBJECTIFS DE LA FORMATION

1. Utiliser son temps en fonction des priorités.
2. Anticiper et planifier les activités en se centrant sur l'essentiel.
3. Mettre en place une organisation personnelle efficace au quotidien.
4. Utiliser avec pertinence les outils de communication et d'organisation.

- Formation 100% opérationnelle ponctuée d'exercices pratiques, de tests et de mises en situation, des techniques simples pour améliorer l'organisation de travail et ainsi gagner en efficacité.
- Cette formation apporte les outils et les bonnes pratiques de la gestion du temps qui permettent à anticiper et à s'organiser au quotidien.

POUR QUI?

Toute personne souhaitant améliorer de façon durable sa gestion du temps :

RH, encadrement, administratif, technique, commercial, créatif...





CONTENU DE LA FORMATION

- Identifier les sources de perte de temps
- Analyser de manière objective son emploi du temps et en tirer parti
- Comprendre la différence entre objectif et projet
- Se fixer des objectifs clairs et les atteindre
- Élaborer un plan d'action efficace et réaliste
- Développer son efficacité et sa disponibilité en milieu professionnel
- Utiliser l'énergie du stress de façon optimale
- Découvrir son style d'organisation préférentiel et l'optimiser
- Différencier rapidement l'urgent de l'important
- Planifier clairement et simplement



TRAITEMENT DES OBJECTIONS ET NEGOCIATIONS

DE FORMATION

2 JOURS



TRAITEMENT DES OBJECTIONS ET NEGOCIATIONS

OBJECTIFS DE LA FORMATION

1. Traiter efficacement les objections et ne plus les considérer comme systématiquement négatives
2. Apprendre à utiliser les objections à son avantage
3. Elaborer des réponses aux objections aux quelles sont confrontés habituellement les participants dans leur pratique commerciale

- Apports théoriques en matière de psychologie de la vente à partir de cas pratiques présentés par les participants,
- Des cas de relations commerciales difficiles sont analysées au travers de mises en situation.

POUR QUI?

Tous négociateurs et vendeurs amenés à négocier des affaires en face à face





CONTENU DE LA FORMATION

- Accepter et comprendre les objections
- Développer l'écoute active et le sens de l'identification des besoins
- Différencier la demande du besoin
- Traiter les objections par des techniques de communications
- Anticiper les objections
- Savoir influencer pour répondre efficacement aux objections



IDENTIFIER ET DEVELOPPER SON LEADERSHIP



IDENTIFIER ET DEVELOPPER SON LEADERSHIP

OBJECTIFS DE LA FORMATION

1. Révéler les talents de leader :

- Mobiliser les acteurs de l'entreprise autour d'un projet de changement,
- Proposer une vision positive et rassurante du futur,
- Donner du sens à l'action engagée,
- Séduire avec des projets attractifs.

Les leaders sont porteurs de "sens".

- La pratique du leadership est une réponse aux enjeux actuels de l'entreprise. Mais de quels leviers dispose un manager pour agir en tant que leader dans un environnement complexe et turbulent ?
- Les études et les observations montrent que les leaders reconnus savent construire et communiquer une vision de l'avenir qui produit un impact puissant sur leurs équipes.

POUR QUI?

Managers confirmés, nouveaux talents et tous ceux qui encadrent des collaborateurs et qui souhaitent acquérir une aisance dans la pratique du management et développer leur leadership.





CONTENU DE LA FORMATION

- Le concept de leadership : mythes et réalités
- L'importance des savoirs, savoir-faire et savoir-être dans l'exercice du leadership
- Connaissance de soi fonctionnelle dans la pratique professionnelle : être en harmonie avec sa vraie nature
- L'intelligence émotionnelle et sociale : comment la développer?
- La notion de pleine conscience et la gestion de soi pour mieux gérer les relations avec les autres et les projets
- Les compétences relationnelles à développer pour accroître et maintenir son leadership
- Comprendre la notion et l'importance du réseau en milieu professionnel.