

MCS
Marketing et Communication Santé

MBA SPÉCIALISÉ
du Pôle Universitaire
Léonard de Vinci

INSTITUT
LÉONARD DE VINCI

MBA SPÉCIALISÉ
MARKETING ET COMMUNICATION SANTÉ

DEVENEZ

- CHEF DE PRODUIT OU DE MARQUE SANTE,
- RESPONSABLE DE LA COMMUNICATION SANTE,
- CHEF DE PUBLICITE, REDACTEUR SANTE,
- RESPONSABLE DES ETUDES QUALITATIVES ET QUANTITATIVES,
- ANALYSTE STRATEGIQUE, RESPONSABLE DU BUSINESS DEVELOPMENT,
- RESPONSABLE COMMERCIAL SANTE BIEN-ETRE, TRADE MARKETING MANAGER,
- EXPERT AUPRES DES POUVOIRS PUBLICS (AFSSA, AFSSAPS, HAS, DGCCRF, CEE,...),
- JURISTE SPECIALISTE DU MARKETING ET DE LA COMMUNICATION SANTE...



Karim ZINAÏ
Directeur du MBA Spécialisé MCS

Pour accéder aux métiers du marketing et de la communication santé, il est indispensable de recevoir une formation de haut niveau pour professionnaliser ses compétences. Il s'agit de répondre aux fortes exigences et aux spécificités des différents secteurs qui composent l'univers de la santé.

Le MBA Spécialisé MCS est un programme innovant de spécialisation au management global du marketing et de la communication santé, qui permet d'acquérir les connaissances approfondies et les savoir-faire indispensables à la réussite d'un projet professionnel ambitieux dans les domaines de la santé, du bien-être et du développement durable.

La préservation de son « Capital Santé » est devenue une préoccupation constante ; la responsabilité sociétale des entreprises (RSE), qui est la déclinaison des principes du développement durable à l'échelle de l'entreprise, amplifie fortement cette tendance auprès des salariés, notamment par des démarches de prévention santé. Enfin, pour une entreprise ou une institution, la promotion de produits ou de services au travers du prisme de la santé et du bien-être crée incontestablement de la valeur.



François COLLINEAU
Président de l'Institut Léonard de Vinci

Les perspectives de carrières sont nombreuses, au sein des différentes industries de santé, des institutions étatiques, des organisations non gouvernementales, des associations de consommateurs, etc.. Les ressources humaines sont très insuffisantes pour répondre aux besoins en progression constante, mais la concurrence est rude car ce sont de véritables talents qui sont recherchés.

Le MBA Spécialisé MCS enseigne les disciplines du marketing et de la communication de manière intégrée ; c'est un raisonnement santé global, décliné en transversalité vers les secteurs et cibles concernés : grand public, communautés scientifique et médicale, éducateurs, institutions, etc.

Les enseignements sont délivrés par des professionnels reconnus, leaders d'opinions pour la plupart, issus d'entreprises et d'institutions de référence ; leur passion est de transmettre un savoir, de partager une expérience opérationnelle acquise lors de parcours riches. Ils sont souvent à l'origine d'un stage ou d'un premier emploi ; ils constituent les puissantes bases de futurs réseaux professionnels.

Pragmatisme, polyvalence, créativité, esprit d'initiative, leadership et ouverture internationale sont cultivés tout au long du MBA Spécialisé MCS et durant le stage en entreprise. Ces atouts essentiels permettent aux futurs diplômés imprégnés de valeurs éthiques et humanistes de réussir rapidement leur intégration au sein d'entreprises, d'institutions, et d'organisations qui comptent.

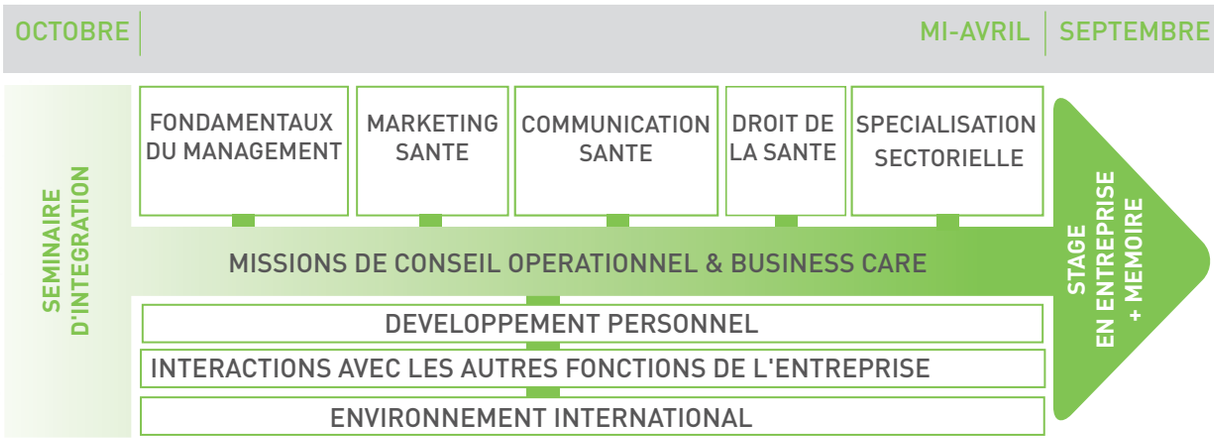
Enfin, le cadre ultramoderne du Pôle Universitaire Léonard de Vinci permet un apprentissage dans des conditions privilégiées. Les méthodes pédagogiques employées sont innovantes et diversifiées : cours, conférences, coaching individualisé, missions en entreprises, échanges permanents avec les professionnels.

Les secteurs d'activités

De nombreux secteurs d'activités dans la santé : **Industrie pharmaceutique** (prescription, parapharmacie, Compléments alimentaires), **Industrie agroalimentaire, Dermo-cosmétique, Biotechnologies, Grande distribution, Restauration rapide, Cabinets de Conseil en stratégie et organisation, Assurances, Banques, Technologies de santé, Télécommunications et NTIC, Associations** (ONG), **Presse, Agences de communication et de publicité, Industries du Bien-être** (balnéothérapie, thalassothérapie,...), **Institutions et Pouvoirs publics, Cliniques privées et Structures médicalisées...**

PROGRAMME

1 an dont 6 mois de formation académique (plus de 400h) et 6 mois de mission en entreprise



SEMINAIRE D'INTEGRATION

Le séminaire d'intégration associe conférences, cours de mise à niveau et réalisation d'un projet encadré et évalué par des professionnels en partenariat avec une entreprise ou institution (Cas d'intégration).

FONDAMENTAUX DE MANAGEMENT

- Concepts marketing de base
- Déterminants économiques et juridiques du secteur de la santé
- Introduction à la stratégie
- Les études marketing
- Le comportement du consommateur
- Les comportements et rôles des professions médicales
- Le concept d'agent d'influence
- Principes de communication et de publicité
- Business Plan
- Management de projets
- Team building et connaissance de soi
- Management d'une organisation
- Techniques de négociation

MARKETING SANTE

- Etudes de marché : les panels de grande consommation et les panels santé
- Le plan marketing santé
- Le management de marques
- Le management de la performance marketing
- Lancement de nouveaux produits à vocation santé
- Distribution de produits alimentaires, cosmétiques, pharmaceutiques
- Pilotage du marketing stratégique
- Marketing B to B, international et des services

COMMUNICATION SANTE

- Initiation à la communication persuasive et à son analyse,
- Le plan de communication santé : conception, mise en œuvre, suivi
- Campagne de publicité-médias sur des axes de santé
- Création publicitaire, médiaplanning, stratégie et politique des achats
- Promotion des ventes et Marketing direct en environnement santé
- Relations publiques, presse, lobbying, communication institutionnelle
- Stratégies Internet : Web 2.0, e-business et e-detailing

DROIT DE LA SANTE

- Droit de la santé : Ethique, Santé et Responsabilité
- Droit du marketing et de la communication
- Droit et protection du consommateur
- Guidelines juridiques : plan de communication, conférence de presse, la création publicitaire
- Réglementations particulières : Allégations santé,...

SPECIALISATION SECTORIELLE

- Les environnements et gestions marketing particuliers : aliments santé et nutrition, compléments alimentaires, produits de dermo-cosmétique, produits pharmaceutiques, nouvelles technologies (NTIC), technologies de santé,...
- Les métiers : chef de produit, consultant, responsable de la communication..
- L'évaluation médico-économique, la pharmaco économie et le disease Management
- La visite médicale, la délégation pharmaceutique, le commercial agroalimentaire et dermo-cosmétique

DEVELOPPEMENT INTERNATIONAL / BRUXELLES

Un voyage d'études à Bruxelles avec séminaire intensif de découverte sur le terrain des circuits de décision et des intérêts en présence en matière de santé. Les étudiants sont immergés pendant une semaine au cœur des **centres de décision de l'Europe.**
Au programme : cours, visites des institutions (Parlement européen, Commission,..), conférences, rencontres avec des responsables de missions économiques, des parlementaires, des grands cabinets de lobbying...

Ce voyage d'études exceptionnel est réalisé en association avec la direction pédagogique du **Master MAE Management des affaires européennes en partenariat avec la London South Bank University.**





« Le MBA Spécialisé MCS est focalisé sur le transfert d'expertise et de savoir-faire actualisés, issus de professionnels de la santé ; nos diplômés sont immédiatement opérationnels et s'intègrent rapidement en entreprise. »

Karim ZINAÏ
Directeur du MBA Spécialisé MCS

LES MISSIONS DE CONSEIL OPÉRATIONNEL

Pendant 5 mois, de novembre à mars, des groupes de 3 étudiants travaillent sur une mission réelle, à raison d'une journée par semaine, en contact direct avec les entreprises partenaires. Pour ces entreprises, ces missions représentent environ 25 journées de consultants junior, encadrées par un tuteur expert.

Objectifs pédagogiques des Missions de Conseil Opérationnel

- Permettre aux étudiants de travailler sur une **problématique concrète** d'entreprise
- Mettre en pratique les méthodes, les concepts et les outils étudiés en cours
- Développer un **sens de l'organisation** et une aptitude à travailler **en équipe**
- **Responsabiliser** les étudiants sur des objectifs précis à atteindre
- Alimenter les **outils de communication des étudiants :** Revue de presse, Sites internet, Blogs, Réseaux sociaux,...





DIRECTION PEDAGOGIQUE

- **Karim ZINAÏ**
  Docteur en Médecine, ESCP-EAP (Paris)
  Directeur Général d'**ALMEDYS Santé**, Conseil en Stratégie
  Marketing et Communication Santé, Education, Coaching de dirigeants
  Président du **Club ADETEM Santé**
  Président du **Club Pro MCS - ILV**
  Ancien **Global Marketing Manager** chez Smithkline Beecham / GSK – Londres
  Ancien **Chef de Marchés** chez **GLAXO WELLCOME** – Paris
  Ancien **Responsable du Business Development** chez **ASTRA ZENECA** – Paris
  Ancien Président de l'**Association des Caducées ESCP-EAP** de la Communication Médicale

COMITE D'ORIENTATION PEDAGOGIQUE

- **Jean-Claude BEAUJOUR**
  Avocat au barreau de Paris, Associé fondateur du cabinet HOBSON (Paris)
- **Nicolas BOHUON**
  Directeur Général de PR Editions, Magazine "Pharmaceutiques"
  Président de la FNIM
- **Lyse BRILLOUET**
  Directeur Marketing, ORANGE Healthcare
- **Emilie CHARLOT**
  Chef de groupe, LILLY France
- **Olivier FALLA-ETZOL**
  Senior manager ATOS Consulting, Santé & Protection sociale
- **Rafik ALLAILI**
  Responsable des relations opinion publique, PFIZER
- **Odile MOHEN**
  Directrice stratégie, L'OREAL COSMETIQUE ACTIVE
- **Muriel FANGOUS**
  Directrice du Marketing Opérationnel, NUXE / BIO BEAUTE
- **Isabelle GIRARDOT**
  Directeur du marketing, CNAM TS
- **Elodie COLLET-DEHONDT**
  Directrice de l'Institut du Sensoriel, ICL Lille
- **Eric PHELIPPEAU**
  Directeur Généra, By AGENCY-DUETTO
- **Dr Caroline LE MARCHAND**
  Médecin nutritionniste, Chroniqueuse sur France 5
- **Linda PAVY**
  Directrice du département santé, BURSON-MARSTELLER
- **Bernard PEYRICAL**
  Directeur de la communication institutionnelle, PFIZER
- **Véronique MESSAGER**
  Coaching de projets et des hommes, ICI & DEMAIN
- **Jean-Christophe PIC**
  Expert en Méthodologie du Business Plan
- **Yves MORVAN**
  Responsable de clientèle, TNS Healthcare
- **Michel CLAMEN**
  Professeur, Expert européen en lobbying
- **Pierre POUXVIEL**
  Expert en marketing développement, UNILEVER
- **Jean-Faustin BETAYENE**
  Directeur Dpt Medias, Télécoms & Interactif, HARRIS INTERACTIVE
- **Frédéric LEVY**
  Directeur Général, Laboratoire BIOCYTE ULTIMATE BEAUTY
- **Céline DOS SANTOS**
  Directrice de la Communication FFC (Fédération française de Cardiologie)

en partenariat avec Almedys Santé

LES ENTREPRISES AU CŒUR DE LA PEDAGOGIE

Les échanges avec le monde professionnel sont intenses et permanents ; ils permettent aux étudiants d'appréhender les meilleures pratiques dans les domaines du marketing et de la communication santé, tant auprès du grand public, que des médecins, scientifiques et administrations. Ces échanges se font indifféremment en langue française ou anglaise, ils prennent différentes formes :

- **Missions de conseil opérationnel (MCO)** : Encadrés par un tuteur expert en marketing et communication santé, un ou plusieurs étudiants du **MBA Spécialisé MCS** sont mis à disposition d'une entreprise ou d'une institution pour répondre en qualité de consultants juniors, à un besoin concret et précis dans le cadre d'une mission opérationnelle. Il s'agit par exemple, de missions proposées par un responsable du marketing, de la communication ou des études de marché, sur **une période de quelques semaines.**
- **Stage en entreprise** : Période d'immersion au sein notamment d'une Direction du marketing, de la communication, d'une agence de communication ou de publicité, en France ou à l'Étranger. Les stages sont d'une durée minimale de 5 à 6 mois, au cours desquels l'étudiant réalise **un travail personnel de recherche**, qui fera l'objet d'un mémoire et d'une soutenance auprès de la direction pédagogique et dans le cadre d'un jury professionnel. Certains de ces travaux peuvent être publiés.
- **Conférences Métiers** : Témoignages de professionnels sur un thème précis, les Conférences Métiers laissent une grande part aux interactions entre étudiants et professionnels. Les conférences Métiers sont organisées par les étudiants à fréquences régulières.
- **Financement de projets de recherche : Le MBA Spécialisé MCS** a mis en place un groupe d'experts à l'origine de travaux de recherche en marketing et communication santé, notamment dans le domaine de la prévention santé chez les jeunes. Ces initiatives font l'objet de souscriptions.
- **Le CLUB PRO MCS Marketing et Communication Santé de l'ILV** : il s'agit d'un réseau de professionnels aux profils variés issus des multiples secteurs de santé, animé par la direction pédagogique du MBA Spécialisé MCS et au sein duquel les étudiants construisent les solides bases d'un réseau personnel. Ces contacts sont essentiels pour accélérer sa carrière.

Les entreprises et administrations partenaires de la promotion 2008/2009 du MBA Spécialisé MCS (Participation aux enseignements, Colloques, Stages, Business Cases, Missions, Sponsors,...) :

PFIZER, ALMEDYS SANTE, BURSON MARSTELLER, HOBSON Cabinet d'Avocats, L'OREAL, SANOFI-AVENTIS, By AGENCY-DUETTO, NUXE, BIO-BEAUTE, ATOS Consulting, TNS SOFRES, HARRIS INTERACTIVE, COCA-COLA, UNILEVER, REDBULL, JOHNSON & JOHNSON, PHARMACEUTIQUES, LILLY France, LEEM, SWISS Life, FFC, BIOCYTE, AXA-SANTE, ORANGE Healthcare, CISCO Systems, PHILIPS Healthcare, LEEM, MAAF, FNIM, CNAMTS, DGCCRF, AFSSA, Direction Générale de la Santé (DGS),...

> VIVEZ DES EXPERIENCES PROFESSIONNELLES UNIQUES EN FRANCE

Missions ou « Business Cases » proposés par des entreprises et institutions partenaires réalisés en groupes (2 à 3 étudiants) parallèlement aux cours.

Exemples de « Business Cases » :

- Analyse du marché des boissons énergisantes (RedBull, Burn, Dark Dog,..) et de leurs impacts en termes de santé publique chez les jeunes menacés par l'alcoolisme (2009).
- Bilan d'impact de la campagne « Manger Bouger » et proposition d'optimisation (2008).
- Réalisation et mise en œuvre de Business Plans pour AXA Santé (2007).
- Réalisation d'un baromètre de perception des allégations santé par les médecins.
- Bilan des marques développant des allégations santé.

> REUSSIR SON PROJET PROFESSIONNEL

En plus de savoir rédiger un CV ou de se préparer à un entretien, le **MBA Spécialisé MCS** vous propose un dispositif complet. Reposant sur les techniques des cabinets d'outplacement et de recrutement, des cours, des conférences et une coach dédiés à cette mission vont vous permettre de construire un projet, d'établir une stratégie de présentation et de contact notamment par l'exploitation appropriée des réseaux constitués et activés durant la formation. Vous « décrochez » donc la mission dans le métier et le secteur que vous visiez exactement.

TEMOIGNAGES D'ANCIENS



Wissal LAADAM
Chef de Projet Grands Comptes Direct Médica

« Le MBA Spécialisé MCS est un véritable tremplin vers le monde professionnel. Grâce à cette année d'études, j'ai acquis une réelle expertise en Marketing et Communication dans le secteur de la santé ; après un excellent stage, je suis aujourd'hui Chef de projet en CDI chez Direct Médica. »



Giulia GARAGNANi
Chef de Projet Médico-Marketing Laboratoires CHIESI Pharma

« Docteur en médecine vétérinaire, j'ai souhaité orienter ma carrière vers l'industrie pharmaceutique ; le MBA Spécialisé MCS m'a permis de faire un apprentissage accéléré et complet des univers de l'entreprise et du médicament. J'ai constitué un réseau de contacts professionnels très utiles. Je suis chef de projets médico-marketing / ventes, mes responsabilités ne cessent de croitre. »



Mary ACARD
Responsable Medical Education Diabétologie Laboratoires Novo Nordisk

« Diplômée de l'EFAP (Paris), la communication et les relations publiques m'ont toujours intéressé. Après une première expérience réussie chez Pfizer dans le domaine cardiovasculaire, je suis aujourd'hui responsable Medical Education chez Novo Nordisk ; le MBA Spécialisé MCS me permet de réaliser de manière très concrète et durable mon projet professionnel dans le domaine de la communication santé. »



Isabelle AVEDISSIAN
Chef de sécteur IDF en alimentaire chez Coca-Cola Entreprise

« Assistante trade marketing chez Coca-Cola durant mon stage, j'ai été recrutée en tant que Chef de Secteur IDF en alimentaire. Cette expérience opérationnelle m'a préparé à assumer de nouvelles responsabilités de Chef de Produit grande consommation santé au sein du groupe. Le MBA Spécialisé MCS, m'a permis de me révéler dans des métiers qui me semblaient inaccessibles ! »



Nicolas MOUTON
Chef de produit dermo-cosmétique Laboratoires Pierre Fabre

« Ingénieur chimiste de formation, le MBA Spécialisé MCS m'a permis d'acquérir la double formation indispensable pour accéder à l'entreprise et développer des stratégies marketing gagnantes. Je suis aujourd'hui Chef de Produit sur la marque Galénic, j'ai été sélectionné pour effectuer un parcours d'excellence au sein du groupe Pierre Fabre, c'est un challenge passionnant ! »

MCS MBA SPÉCIALISÉ MARKETING & COMMUNICATION SANTÉ

MODALITÉS D'ADMISSION

Les candidats aux MBA Spécialisés de l'Institut Léonard de Vinci doivent avoir avant tout, des personnalités à fort potentiel de développement professionnel :

- Scientifiques (médecins, pharmaciens, vétérinaires, biologistes, ingénieurs en agronomie,...) qui souhaitent développer une double compétence scientifique et en management, recherchée par les entreprises et secteurs liés à la santé.
- Diplômés BAC+4 au minimum (Ecole de commerce, de communication, de journalisme, psychologie, sciences sociales, juristes, etc).

La sélection des candidats est effectuée en trois temps :

1. Examen du dossier de candidature (admissibilité)
2. Convocation à une demi-journée de sélection comprenant :
   - Des tests de raisonnement logique
   - Un test d'Anglais
   - Un test de personnalité
   - Un entretien individuel
3. Délibération du jury d'admission

STATUTS

- Etudiants : tous les participants âgés de moins de 26 ans bénéficient du statut étudiant.
- Stagiaires formation professionnelle continue : toutes personnes actuellement en activité ou en repositionnement professionnel.

MODALITÉS DE FINANCEMENT

Dans le cadre de la formation professionnelle continue, le coût de la formation peut éventuellement être financé en partie par certains organismes (OPCA, plan de formation de votre entreprise ...). Les personnes en repositionnement professionnel devront prendre contact avec leur conseiller ANPE ou APEC.







INSTITUT
LÉONARD DE VINCI

Pour plus d'informations, contacter :

Mathilde HOFFMANN
Direction MBA Spécialisés
Tél. +33 1 41 16 73 37 – Fax : +33 1 41 16 73 15
ilv@devinci.fr

Ou visiter le site
www.devinci.fr/mcs

Pôle Universitaire Léonard de Vinci
92916 Paris La Défense Cedex

Document non contractuel



UN ENVIRONEMENT DE TRAVAIL À LA POINTE DE LA TECHNOLOGIE

Le Pôle Universitaire Léonard de Vinci, implanté au cœur du quartier d'affaires de La Défense regroupe trois écoles d'enseignement supérieur Léonard de Vinci, des MBA Spécialisés, un Institut de formation continue, un centre de formation des apprentis et sept établissements et écoles partenaires du Groupe Léonard de Vinci.

A proximité des sièges des plus grandes entreprises françaises et internationales, les formations du Pôle ont une vocation opérationnelle et sont en permanence dynamisées par les échanges avec les entreprises.

Le Pôle Universitaire Léonard de Vinci offre un environnement de travail exceptionnel :

- Une localisation unique, à 10mn en métro de la place de l'Etoile
- Des équipements à la pointe de la technologie : laboratoires de langue, réseau informatique de plus de 1 200 postes, amphithéâtres, connexion WIFI...
- Une des plus grandes infothèques d'Europe en science de gestion, avec un accès informatisé aux principales bases d'information mondiales
- Des espaces de convivialité et d'échange pour les étudiants et leurs associations
- Un centre de ressources de langues : 6 laboratoires multimédia avec près de 100 postes
- 5 salles de sport bénéficiant d'équipements ultra-modernes

LÉONARD DE VINCI
PÔLE UNIVERSITAIRE