CERTIFICAT | Stratégie Pharmaceutique Appliquée



Présentation

Formation courte certifiante iaelyon School of Management

La formation s'adresse aux professionnels de l'industrie pharmaceutique

CALENDRIER 2026-2027
Mardi 2 et mercredi 3 mars 2027
Mardi 30 mars 2027

Le Certificat Stratégie Pharmaceutique Appliquée valide le bloc de compétences **RNCP 42363 BC 06** du **Master Management des Industrie Pharmaceutiques et Technologies Médicales** (Mention Management Sectoriel) « Sécuriser les activités de l'organisation face aux risques dans un secteur donné ».

Objectifs

Développer l'analyse stratégique des professionnels de santé pour adapter le pilotage opérationnel et commercial aux mutations du marché pharmaceutique

Face aux transformations du secteur pharmaceutique, les professionnels doivent être en mesure de comprendre les évolutions du marché, d'appréhender les spécificités du système de santé français et d'adapter leurs décisions à un environnement de plus en plus complexe et concurrentiel.

La formation courte « Stratégie Pharmaceutique Appliquée » vise à renforcer les capacités d'analyse stratégique et de prise de décision des participants en intégrant les dimensions réglementaires, économiques, commerciales et

Durée de la formation

21 heures

Lieu(x) de la formation

- Lyon

Lieu de la formation : iaelyon School of Management - Université Jean Moulin Lyon 3 - Campus Manufacture des Tabacs

Rythme

- Compatible avec une activité professionnelle

Modalités

- Présentiel

Contacts

Contacts Conseillers

Vous êtes intéressé par ce certificat ou vous souhaitez un devis ?
Merci de nous contacter par mail à **contact.formationcourte@univ-lyon3.fr**

iaelyon School of Management
Direction Formation Continue
Université Jean Moulin Lyon 3

institutionnelles qui structurent aujourd'hui l'industrie pharmaceutique. Une attention particulière est portée aux enjeux des marchés des vaccins, des génériques et des biosimilaires, ainsi qu'à l'évolution du rôle des pharmaciens dans les parcours de soins.

Elle a également pour objectif de permettre aux participants d'articuler stratégie de portefeuille, stratégie client et mise en œuvre opérationnelle afin de formuler des recommandations pertinentes et de construire des plans d'action adaptés aux réalités du terrain.

A l'issue du certificat, les participants seront capables de :

- Comprendre les grandes tendances qui structurent le marché pharmaceutique mondial
- Analyser les spécificités du système de santé français et leurs implications pour les industriels
- Mobiliser des cadres d'analyse stratégiques simples et puissants pour structurer leur réflexion
- Identifier les enjeux propres aux marchés des vaccins, des génériques et des biosimilaires : rôle central du pharmacien
- Formuler des recommandations stratégiques adaptées à des situations concurrentielles complexes
- Construire des plans d'exécution réalistes en lien avec les acteurs de terrain
- Articuler stratégie de portefeuille, stratégie client et logique d'activation commerciale.

Spécificités

Volume horaire total : 21 heures, soit 3 journées de 7 heures de formation

La formation est dispensée en présentiel afin de favoriser les interactions, les échanges d'expérience et la dynamique pédagogique entre les participants et le formateur.

LES INTERVENANTS

Philippe BAYON : Docteur en pharmacie et diplômé en management pharmaceutique, il dispose de plus de 35 ans d'expérience dans le secteur de la santé, des biotechnologies et de l'innovation. Business Leader, il accompagne les entreprises innovantes dans leurs enjeux de stratégie, de croissance et de transformation.

Son expertise couvre notamment le positionnement stratégique, le leadership et la gouvernance, les opérations de croissance externe, le licensing, les restructurations ainsi que les levées de fonds et partenariats stratégiques.

1C, avenue des Frères Lumière - CS 78242 - 69372 LYON CEDEX 08

Inscriptions

Modalités d'inscription

Formation courte certifiante réservée exclusivement aux professionnels

À la croisée de la stratégie et de l'opérationnel, il intervient auprès des organisations pour structurer, accélérer et sécuriser leur développement, en s'appuyant sur une approche orientée performance, création de valeur et innovation.

Hervé CALESTROUPAT : Docteur en pharmacie et diplômé d'un MBA EM Lyon, il dispose de plus de 30 ans d'expérience dans l'industrie pharmaceutique en France et en Europe. Business Leader, il est spécialisé dans les enjeux de stratégie marketing et commerciale, d'excellence opérationnelle et de transformation des organisations de santé.

Son parcours lui a permis de piloter des activités et des équipes de grande envergure, ainsi que d'accompagner plusieurs lancements majeurs dans le domaine de la santé, notamment Gardasil en Europe, Hexyon en France et le pré-lancement de Beyfortus.

Il intervient également auprès de PME et ETI dans le cadre de missions de conseil en stratégie marketing et commerciale. Son expertise associe ainsi vision stratégique, expérience opérationnelle et connaissance des marchés européens, au service du développement et de la transformation des organisations de santé.

Programme

Jour 1 – Comprendre le marché et la transformation du système de santé : distinction essentielle entre stratégie et exécution, comprendre le marché, à anticiper ses évolutions et à déployer des plans cohérents sur le terrain.

Jour 2 - Stratégie clients et marchés matures : Aborder les stratégies clients et les enjeux concurrentiels des marchés pharmaceutiques matures, avec un focus sur les génériques. Analyser les leviers de différenciation dans des environnements à forte pression concurrentielle. Comprendre le rôle du pharmacien dans les mécanismes de substitution et structurer des stratégies commerciales combinant prix, relation client et action terrain.

Jour 3 – Stratégie concurrentielle et exécution : Comprendre les spécificités de la vente complexe dans l'industrie pharmaceutique et les mécanismes d'initiation et de substitution, en intégrant la multiplicité des décideurs et des parties prenantes. Analyser les dynamiques du marché des biosimilaires et les conditions d'adoption par les professionnels de santé, en articulant enjeux scientifiques, économiques et institutionnels. Développer des stratégies concurrentielles et de portefeuille à partir d'un cas de mise en situation de direction générale.