

<b>Cours</b>	PHM6895 : Marketing des services pharmaceutiques : implanter un service (1 cr.)
<b>Objectif général</b>	Ce cours vise à développer les compétences nécessaires à l'implantation d'un service professionnel rentable en pharmacie communautaire.
<b>Contenu</b>	Le cours aborde les éléments suivants : les concepts de valeur, de besoin et de demande. La différence entre marketing d'un service et marketing d'un produit. Les concepts de marché, de segmentation, de positionnement et de « marketing mix ». L'impact du marketing sur le comportement d'achat, les différentes stratégies et/ou positionnements stratégiques, les services cliniques offerts en pharmacie au Canada et/ou ailleurs. L'analyse du micro et macroenvironnement, la recherche des besoins. Le choix du service et la planification de sa mise en œuvre, la facturation des services, la promotion et l'évaluation du service.
<b>Activités prévues</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Autoapprentissage en ligne</li> <li>• Journée de formation en présence, avec possibilité d'y assister à distance</li> <li>• Forum de discussion pour échanger avec l'enseignant et les pairs</li> </ul>
<b>Matériel didactique</b>	Le matériel du cours est disponible sur la plateforme de cours en ligne StudiUM.
<b>Encadrement</b>	L'encadrement est assuré par un enseignant.
<b>Évaluations certificatives</b>	Travaux écrits

Note : Un cours de 1 crédit représente 45 heures de travail pour l'apprenant (incluant les activités et les évaluations) et 15 heures de formation continue admissibles.