

GESTION PHARMACEUTIQUE
Première EMD de gestion pharmaceutique
Mercredi 10 Avril 2013

Les sujets A et B doivent être traités sur deux copies différentes. Pour le sujet A mettre la réponse juste sur la copie d'examen.

Sujet A

1. La stratégie marketing consiste à :
 - a. Etudier le marché
 - b. Rechercher des suggestions
 - c. Concrétiser les objectifs de vente
 - d. Prévenir la demande

2. Un négociateur auprès de la grande distribution doit :
 - a. Promouvoir le produit
 - b. Connaître les statistiques d'évolution du marché
 - c. Faire une démonstration
 - d. Avoir une argumentation sophistiquée

3. L'étude de l'environnement de marché comporte :
 - a. Cinq éléments importants
 - b. Huit éléments
 - c. Dix éléments
 - d. Sept éléments

4. Le prospecte permet :
 - a. D'exposer les résultats d'une étude clinique
 - b. D'informer le médecin d'un changement d'indication d'un produit
 - c. De créer une relation de type affectif Médicament-Médecin
 - d. De suivre l'évolution du produit par rapport à la concurrence

5. Les réclamations et les suggestions des clients permettent à l'entreprise pharmaceutique :
 - a. De corriger son image
 - b. D'accéder à des banques de données
 - c. D'améliorer la politique commerciale
 - d. De booster les ventes

6. Un vendeur à des prescripteurs doit :
 - a. Informer et conseiller
 - b. Prendre une commande
 - c. Collecter les informations sur le produit
 - d. Exposer les résultats d'une étude clinique

7. Comment les relations publiques peuvent elles aider à promouvoir le produit pharmaceutique ?
8. Par quoi se distingue l'entreprise pharmaceutique ?
9. Lorsque l'Autorisation de Mise sur le Marché est accordée, comment doit être reproduit le prototype ?
10. Qu'est ce qu'un produit semi fini ?
11. En quoi l'étude de l'environnement peut influencer une stratégie marketing ?

Les facteurs extérieurs peuvent intervenir sur le marché et peuvent être à l'origine d'occasions de vente ou de menaces. Climat, ressources naturelles, pollution

12. Comment créer une relation type affectif Médicament-Médecin

13. Dans une salle d'attente d'un médecin, quel rôle doit jouer un vendeur à des prescripteurs ?

Sujet B

En économie de la santé, pourquoi et comment évalue t-on le coût de la maladie ?