

Portrait

Trois questions à Laurence CARRASSET, Directrice du MBA Spécialisé CMS (Communication et Marketing de la Santé) au Pôle universitaire Léonard de Vinci

Jeudi, 23 Mars, 2017 - 15:00

« **Former de nouveaux talents pour accélérer la transformation digitale de la santé.** »



Comment préparez-vous les futurs managers aux nouvelles tendances de la santé digitale ?

— LC : « Les responsables qui sortent avec notre MBA Communication et Marketing de la Santé en poche, sont armés pour développer très concrètement les approches les plus innovantes du numérique en santé. Ils apprennent à structurer, mais aussi à mesurer ces actions devenues incontournables dans le pilotage de l'image des marques comme des entreprises. Nous formons ces nouveaux talents pour accélérer la transformation digitale de la santé. Un cursus opérationnel qui permet une application immédiate des connaissances. Le monde de la santé multiplie désormais les investissements dans ce domaine. Ces nouvelles compétences sont à présent très recherchées par tous les acteurs hospitaliers comme les industriels qui analysent, travaillent et anticipent sur les comportements des citoyens-patients qui changent en profondeur. Il s'agit de connaître encore plus finement ces enjeux et ces attentes pour en comprendre l'implication sur le parcours de santé et les changements qui en découlent pour les professionnels à travers la télémédecine par exemple. Définir une stratégie marketing digitale passe par des objectifs, des cibles et des actions à bien calibrer. Cette construction et gestion à la fois e-marketing et digital aderving (SEO, SEA, display et programmation, CRM multicanal, réseaux sociaux, e-réputation...) place le projet digital au cœur des déploiements de la communication dans les années à venir. Raison de plus pour leur offrir la palette de compétences la plus large possible dans ce domaine qui impose aussi de solides connaissances en droit de la e-santé et de protection des données. »

Quels sont les atouts de votre MBA spécialisé CMS ?

— LC : « Deux formules sont proposées pour accompagner et s'adapter aux attentes de nos étudiants. Pendant un an, il est possible de rester en entreprise en rejoignant une semaine par mois

L'Institut Léonard de Vinci. Il est également proposé six mois de formation, puis six mois de stage. Dans un cas comme dans l'autre, notre programme est adapté en fonction de l'actualité française et internationale, ainsi que des perspectives professionnelles spécifiques offertes par les secteurs de santé. En abordant les différentes thématiques par des cours théoriques conçus et réalisés par une équipe pédagogique composée de 40 professionnels qui occupent des postes clés dans ce secteur, nous attachons beaucoup d'importance aux études de cas et mises en situation. Les compétences acquises se concrétisent rapidement sur le terrain, en alternance ou à l'occasion des stages. Notre formation permet aussi d'apprendre à développer son leadership pour être capable de défendre ses projets dans de futurs postes. Pour les aider à conquérir de l'assurance et à se positionner, nous les amenons aussi à participer à de multiples événements et conférences. À l'issue de cette année, les étudiants présentent une thèse professionnelle ou un mémoire de fin d'études. Dans les deux cas, il s'agit d'un travail individuel de recherche appliquée sur une problématique d'entreprise. »

Quelles sont vos perspectives de formation pour répondre aux attentes du marché de l'emploi ?

— LC : « Nous attachons beaucoup d'importance à diversifier les profils au sein de chaque promotion. Cela permet d'enrichir les échanges et de croiser les expériences. Nous accueillons à la fois des étudiants Bac +4 avec un cursus scientifique, médical, ingénieur ou en communication qui souhaitent acquérir des compétences complémentaires en marketing et communication, comme des professionnels en activité qui veulent donner une nouvelle dynamique à leur carrière professionnelle. Issus de l'industrie, des établissements de soins, nous accueillons des communicants, mais aussi des vétérinaires et des scientifiques qui souhaitent acquérir ces nouvelles compétences tant recherchées. Les stages ou les contrats de professionnalisation sont en lien direct avec le projet professionnel et la formation initiale de chaque étudiant. Certains travaillent dans des laboratoires, au service marketing, d'autres en agences de communication santé, mais aussi au sein d'institutions publiques ou privées. L'objectif de la formation est de pouvoir les accompagner sur différents métiers du marketing et de la communication santé. Notre solide formation diplômante à la fois théorique et opérationnelle est souvent considérée comme un tremplin pour évoluer au sein d'une entreprise, permettant de monter en compétences et changer de fonction. Notre priorité est de bien les préparer à ces évolutions et de leur donner confiance en l'avenir professionnel qui s'ouvre à eux. Une formule qui fonctionne puisque 90 % de nos étudiants décrochent un poste avant l'issue de leur formation. »

Propos recueillis par Laurence Mauduit

Pour plus d'informations sur ce MBA spécialisé CMS #Vinci, une réunion a lieu tous les 15 jours au Pôle universitaire Léonard de Vinci. Les inscriptions sont ouvertes jusqu'en septembre 2017 : www.devinci.fr [1]

[Tous les portraits](#) [2]

URL source: <http://www.guidepharmasante.fr/actualites/trois-questions-laurence-carrasset-directrice-du-mba-specialise-cms-communication-et-0>

Liens

[1] <http://www.devinci.fr>

[2] <http://www.guidepharmasante.fr/actualites/portraits>