

Le Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP)

Résumé descriptif de la certification **Code RNCP : 11169**

Intitulé

MASTER : MASTER Sciences, technologie santé, mention biologie, agronomie, santé spécialité biologie-gestion

AUTORITÉ RESPONSABLE DE LA CERTIFICATION	QUALITÉ DU(ES) SIGNATAIRE(S) DE LA CERTIFICATION
Université Rennes I, Ministère chargé de l'enseignement supérieur	Président de l'université de Rennes I, Recteur Chancelier des universités , Recteur de l'académie

Niveau et/ou domaine d'activité

I (Nomenclature de 1967)

7 (Nomenclature Europe)

Convention(s) :

Code(s) NSF :

112 Chimie-biologie, biochimie, 118 Sciences de la vie, 312 Commerce, vente

Formacode(s) :

Résumé du référentiel d'emploi ou éléments de compétence acquis

Le diplômé de la spécialité Biologie et gestion du master Biologie, Agronomie, Santé exerce dans les secteurs de l'agroalimentaire, la cosmétique, la pharmacie, des biotechnologies, de l'environnement, de la grande et moyenne distribution.

Il exerce au sein de PMI/PME, d'Agences conseil en marketing, d'agences en communication ou de publicité (en particulier celles spécialisées en santé), et tout spécialement à chaque fois que la double compétence - biologie et gestion-marketing - est un atout pour l'entreprise.

Il peut s'ouvrir à d'autres branches : banque, assurance...et le commerce en général.

Comme responsable marketing : en lien très étroit avec la direction, il est l'interface entre les équipes produit, les équipes stratégiques et créatives. Il propose la meilleure stratégie de communication et de commercialisation en fonction du produit ou de la marque, de l'état du marché et selon la taille de son entreprise d'appartenance peut avoir la charge de la définition des processus et outils de communication et de commercialisation.

Comme chef de produit, il est responsable du développement d'un produit, d'une gamme de produits et/ou d'une marque depuis sa création jusqu'à sa commercialisation. Il doit adapter le produit ou la gamme à l'évolution du marché et des attentes des consommateurs. Il met en œuvre les plans d'action depuis la planification jusqu'à l'exécution en prenant en compte les moyens marketing dans le respect des contraintes réglementaires, financières et industrielles. Il participe à la définition du plan stratégique et élaboré le plan marketing du produit en relation avec le service marketing. Il assure la liaison avec les services commerciaux. Il suit les performances du produit et réajuste si nécessaire.

Comme ingénieur commercial : il assure alors la gestion, la fidélisation et le développement de son portefeuille client dans un souci de réelles relations de partenariat internes. Il représente sa structure d'appartenance sur le secteur - géographique ou "produit" - dont il a la charge. Il est en liaison constante avec la direction commerciale, ses collègues de l'équipe commerciale et les supports techniques.

Comme ingénieur d'affaires, il intervient au niveau stratégique en apportant une solution globale à un besoin d'une entreprise cliente, dans une dimension de projet. Sur la base des éléments fournis par son équipe-projet, il construit la réponse technique, marketing, commerciale ajustée au besoin, tout en maîtrisant les risques (financiers, juridiques) et en s'inscrivant dans les contraintes (qualité/sécurité, réglementations).

Les compétences du diplômé de la spécialité Biologie et gestion du master Biologie, Agronomie, Santé en matière de commercialisation, de marketing et de communication à un niveau d'encadrement supérieur reposent sur un socle de connaissances approfondies en Biologie et en Gestion.

A ce titre, il est capable de :

appréhender les mécanismes d'action de molécules actives dans les traitements ou les produits pour être un interlocuteur pertinent des services R&D et communication,

expliquer à un client le fonctionnement d'un appareil et/ou l'utilisation d'un produit de laboratoire,

appréhender les techniques et méthodes R&D de biologie et les mécanismes fondamentaux qui en sont le support,

transposer la rigueur de la démarche scientifique à son champ d'action marketing/commercialisation et dans toutes les étapes de son travail.

Compétences de base : il est capable de :

- travailler et animer des équipes en mode-projet,

- appréhender et analyser le marché, repérer les parts de marché potentielles, utiliser les panels distributeurs et - si nécessaire - mettre en œuvre une étude de marché dans toutes ses phases : documentaire, qualitative, quantitative,

- produire et communiquer les éléments permettant la prise de décision pour une stratégie marketing,

- segmenter le marché,

- articuler stratégie marketing et plan de marché pour élaborer la politique de produit, de marque et de prix et affiner la définition des cibles,

- choisir et mettre en œuvre et/ou faire mettre en œuvre les grandes techniques de prospection, promotion, fidélisation et commercialisation,

- utiliser les techniques de démarchage des prospects, de vente et de négociations et construire les outils du face à face commercial pour lui et pour son équipe commerciale,

- élaborer et mettre en œuvre les outils de suivi du portefeuille clients, des prospects et des ventes : tableaux de bord,

- apprêhender les mécanismes du commerce, les divers canaux de distribution, les stratégies commerciales,
- contribuer à la définition des objectifs de la communication "produit",
- estimer et/ou calculer le budget nécessaire à l'atteinte des objectifs de la communication "produit",
- choisir et ajuster les supports et la forme de communication (médias écrits, audio, internet, événements,) aux objectifs marketing et commerciaux,
- orienter et valider les contenus des communications, juger de leur opportunité,
- adapter le niveau d'information scientifique au public visé et au support choisi,
- organiser une communication événementielle.

Compétences connexes : il est capable de :

- comprendre les différentes méthodes d'analyse des coûts afin de discuter les conclusions d'une étude de coûts,
- apprêhender les réalités du droit des Affaires et s'adapter aux évolutions de l'environnement juridique et contractuel de l'entreprise et de l'activité : contrats, principales formes de sociétés, propriété intellectuelle et industrielle, évolutions législatives et jurisprudentielles,...,
- mettre en oeuvre les procédures de l'assurance qualité,
- mettre en oeuvre les procédures de protection industrielle et de propriété intellectuelle : dépôt de brevet auprès de l'Institut de la Protection Industrielle,...,
- analyser un contrat de travail,
- apprêhender les bases conceptuelles d'un système d'information comptable, les méthodes de la comptabilité générale, et les principaux documents comptables (bilan, compte de résultat).

Secteurs d'activité ou types d'emplois accessibles par le détenteur de ce diplôme, ce titre ou ce certificat

agroalimentaire, banque....

Il exerce comme assistant ou junior en début de carrière les métiers de :

- chargé d'affaires,
- responsable marketing,
- chef de produit,
- chef de projet,
- ingénieur commercial,
- responsable technico-commercial,
- ingénieur d'affaires,
- responsable communication.

Codes des fiches ROME les plus proches :

[M1705](#) : Marketing

[M1703](#) : Management et gestion de produit

[E1401](#) : Développement et promotion publicitaire

[E1103](#) : Communication

Modalités d'accès à cette certification

Descriptif des composantes de la certification :

Modalités d'accès à la formation

Sélection à l'entrée en M1 après un L3 Biologie et Licence Professionnelle de Biologie (dossier, entretien, épreuve écrite). Nombre de places limité à 24 en formation initiale.

Accès exceptionnel en M2 après sélection par validation des acquis .

Descriptif des composantes de la certification :

La Formation se déroule sur 4 semestres :

Marketing : 4 ECTS - 36h - S1

Droit et entreprise : 4 ECTS - 36h - S1

Politique Prix Produits : 4 ECTS - 36h - S1

Comptabilité générale et de gestion : 4 ECTS - 36h - S2

Les études de marché : 4 ECTS - 40h - S2

2 UE de Biologie au choix - 2 fois 6 ECTS - 2 fois 55h - S1 et S2 (une par semestre)

Conduite de projet scientifique : 6 ECTS - 60h - S1

Brevet industriel, assurance qualité : 4 ECTS - 32h - S1

Contrôle de gestion et finance : 4 ECTS - 36h - S3

Stratégies de communication : 4 ECTS - 36h - S4

Distribution et vente : 4 ECTS - 40h - S3

Planification marketing et stratégie d'entreprise : 2 ECTS - 24h - S4

Conduite de projet managérial (étude de marché tutorée) : 10 ECTS - S3 et 4

Gestion de projet : 2 ECTS - 36h - S3

Psychologie sociale et techniques de vente : 2 ECTS - 36h - S3

Information et media : 2 ECTS - 24h - S3

Formation et Pratiques professionnelles 1, 2 et 3

2 ECTS pour chaque - 3 fois 24h sur les 2 années - S1, S2, S3 et S4

Anglais : 2 fois 3 ECTS - 54 h de présentiel et autoformation - les deux années

2 Stages en entreprise :
 3 mois avril à juin 1ère année : 11 ECTS - S2
 6 mois mars à aout 2ème année : 19 ECTS - S4

Validité des composantes acquises : illimitée

CONDITIONS D'INSCRIPTION À LA CERTIFICATION	OU NON	COMPOSITION DES JURYS
Après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant	X	Enseignants-chercheurs et professionnels
En contrat d'apprentissage	X	
Après un parcours de formation continue	X	Enseignants-chercheurs et professionnels
En contrat de professionnalisation	X	
Par candidature individuelle	X	Enseignants-chercheurs et professionnels
Par expérience dispositif VAE prévu en 2002	X	Composition du jury votée par l'Université de Rennes 1

	OUI	NON
Accessible en Nouvelle Calédonie		X
Accessible en Polynésie Française		X

LIENS AVEC D'AUTRES CERTIFICATIONS

ACCORDS EUROPÉENS OU INTERNATIONAUX

Base légale

Référence du décret général :

Référence arrêté création (ou date 1er arrêté enregistrement) :

Arrêté du 2 octobre 2008 relatif aux habilitations de l'université de Rennes 1

Référence du décret et/ou arrêté VAE :

Références autres :

Pour plus d'informations

Statistiques :

En sortie immédiate du diplôme, l'insertion en entreprise est d'environ 50 % dont 1/3 de CDI (calculé le jour de la remise des diplômes fin d'année universitaire ; sur le restant des diplômés, un petit effectif complète sa formation par une spécialisation, en anglais par exemple (soit au maximum 25% des diplomés). Les secteurs d'embauche comme les emplois correspondent exactement aux secteurs précités. Les salaires d'embauche bruts varient de 1500 euros pour l'agroalimentaire jusqu'à 3000 euros dans le secteur pharmaceutique.

Voir information et enquêtes du SOIE (Service Orientation Insertion Entreprise).

<http://soie.univ-rennes1.fr/>

Autres sources d'information :

<http://www.sve.univ-rennes1.fr/mbiogest/>

<http://formations.univ-rennes1.fr/>

Université de Rennes 1

UFR Sciences de la Vie et de l'Environnement

SOIE (Service Orientation Insertion Entreprise)

Lieu(x) de certification :

Université Rennes I : Bretagne - Ille-et-Vilaine (35) [Rennes]

Université de Rennes 1

2, rue du Thabor

CS 46510

35065 Rennes Cedex

Téléphone : (33) 2 23 23 35 35

Lieu(x) de préparation à la certification déclarés par l'organisme certificateur :

UFR Sciences de la Vie et de l'Environnement

Université de Rennes 1 - Campus de Beaulieu - Bâtiment 13

263 avenue Général Leclerc - 35042 Rennes cedex

Historique de la certification :

Le master a été créé en 2004 pour répondre à une demande des entreprises qui cherchent une double compétence. Sa structure a été

établie après analyse des offres d'emploi ce qui le met en adéquation avec la demande. Il s'appuie sur les compétences de 2 composantes de l'Université de Rennes 1 - les Sciences de la Vie et de l'Environnement et l'Institut de Gestion de Rennes (IGR- réseau des IAE) - et un réseau de professionnels. Il a la particularité de mettre en valeur les travaux de groupe et l'esprit de corps chez les étudiants tout en stimulant leur ouverture d'esprit et leur esprit critique. Toutes les actions sont menées en mode projet.