

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

RNCP11169 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Sigle	MASTER — Master
Code(s) NSF	312, 118, 112
Code(s) ROME	M1705, M1703, E1401, E1103
Type d'enregistrement	Enregistrement de droit
Date d'échéance	31/10/2019

Certificateur(s)

Ministère chargé de l'enseignement supérieur

Université Rennes I

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

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

A compléter (Reprise)

ACTIVITÉS VISÉES

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 élabore 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).

COMPÉTENCES ATTESTÉES

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 marchéage 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,
- appréhender 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,
- appréhender 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 œuvre les procédures de l'assurance qualité,
- mettre en œuvre 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,
- appréhender les bases conceptuelles d'un système d'information comptable, les méthodes de la comptabilité générale, et les principaux documents comptables (bilan, compte de résultat).

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

agroalimentaire, banque....

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

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.

RÈGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ
A compléter (Reprise)

Marché du travail

Indicateurs au niveau des familles professionnelles (FAP) des métiers visés, agrégés au niveau national — France Travail / DARES (open data).

Tension de recrutement (DARES 2024)	Faible (2/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 1 à 3 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 950 €
Familles professionnelles (FAP)	R1X68 — Employés des services commerciaux · tension 3/5 (Modérée) R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) · tension 3/5 (Modérée) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique · tension 2/5 (Faible) U0X80 — Assistants de la communication · tension 1/5 (Très faible) U0X90 — Cadres de la communication · tension 1/5 (Très faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	16 808
Jugés difficiles à recruter	27 %
Emplois saisonniers	11 %
Familles professionnelles (FAP)	R1X68 — Employés des services commerciaux R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique U0X80 — Assistants de la communication U0X90 — Cadres de la communication

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation initiale, Formation continue, Candidature individuelle, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

A compléter (Reprise)

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, FORMATION CONTINUE, CANDIDATURE INDIVIDUELLE

Enseignants-chercheurs et professionnels

COMPOSITION DU JURY — VAE

Composition du jury votée par l'Université de Rennes 1

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement 31/10/2019

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<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)

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/11169/>