

Manager international des industries et services en santé

RNCP35100 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	331, 312n, 222
Formacode(s)	34590, 34030, 34071
Code(s) ROME	H1502, M1705, H1102, K1601, M1402
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	18/11/2020
Date d'échéance	18/11/2025

Certificateur(s)

INSTITUT DE GESTION SOCIALE (IGS) · SIRET : 31249509600157

Partenaires habilités

3 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 3 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
GROUPE IGS - CIEFA	33264146300028	Former et organiser l'évaluation
INSTITUT DE GESTION SOCIALE	31249509600173	Former et organiser l'évaluation
INSTITUT DE GESTION SOCIALE	31249509600223	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

L'IMIS – Institut de Management des Industries de la Santé – a été créé en 1987, en liaison avec le SNIP (Syndicat National des Industries Pharmaceutiques), aujourd'hui LEEM (Les Entreprises du Médicament), pour répondre aux besoins des industries de santé de recruter des collaborateurs titulaires d'une double compétence (expertise scientifique et compétences métier).

Le Manager International des Industries et Services en Santé se décline selon deux spécialisations possibles : Manager International en marketing des industries et services en santé ou Manager International en affaires réglementaires des industries et services en santé

ACTIVITÉS VISÉES

Manager une direction multiculturelle dans les industries et services en santé

Piloter la performance financière, économique, RSE d'une direction marketing ou d'affaires réglementaires internationale dans les industries et services en santé

Piloter la communication avec les interlocuteurs internes et externes des industries et services en santé

Elaborer et mettre en œuvre une stratégie marketing internationale adaptée aux industries et services en santé

Piloter une direction d'affaires réglementaires dans les industries et services en santé

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Identifier l'organisation de l'entreprise et les interlocuteurs

principaux pour prendre en compte le fonctionnement global de l'entreprise et

faciliter la collaboration de manière « cross-fonctions » entre le marketing,

l'accès au marché (market access), les ventes, le médical, le service client, le département réglementaire en intégrant la dimension internationale dans toutes les phases de l'activité de l'entreprise

Concevoir, mettre en place et accompagner l'évolution de l'organisation interne et du management pour répondre en permanence aux évolutions de l'environnement, intégrer l'éthique et les objectifs RSE de l'entreprise dans la stratégie de développement de l'entité

Rendre compte de l'activité de l'entité et proposer des arbitrages et solutions d'amélioration de l'organisation, des processus, des systèmes d'information pour en développer la performance et l'adapter aux évolutions de l'environnement international

Impulser et coordonner l'utilisation des outils digitaux dans l'organisation de l'entité pour faciliter le travail collaboratif et contribuer à la révolution numérique des entreprises (modèle d'affaires, organisation, culture d'entreprise, mode de management, R&D, production, supply chain, affaires réglementaires et médicales, marketing relationnel, communication...)

Recruter, intégrer, mobiliser et développer les talents des collaborateurs pour atteindre les objectifs de performance individuels et collectifs, et favoriser leur évolution dans l'entreprise, dans un environnement multiculturel

Identifier et contractualiser avec des compétences extérieures (sous-traitance) à tous les niveaux?: recherche, développement, fabrication...pour compléter l'organisation

Anticiper et accompagner le changement pour adapter son management à la démarche d'innovation

Identifier et expliciter ses valeurs au regard de l'éthique de l'entreprise pour donner une direction à la réflexion et à l'action

Définir, présenter et faire valider le cadre budgétaire de l'entité pour réaliser les objectifs définis par la hiérarchie

Construire le budget afin d'assurer le développement et la rentabilité de la business unit

Décliner et mettre en place les indicateurs de performance de la business unit pour suivre la réalisation des objectifs définis

Piloter l'exécution budgétaire de la business unit concernée pour faire procéder aux révisions éventuelles requises par l'évolution du contexte économique

Présenter et justifier son bilan et ses résultats auprès de la hiérarchie pour faire un bilan et préparer le budget suivant

Définir la stratégie de communication qui accompagnera le produit, dans le respect des contraintes pour être en conformité avec les directives réglementaires relatives au secteur de la santé et les objectifs de l'entreprise intégrant les problématiques scientifiques, sociétales et éthiques.

bénéficiaires et les usagers, pour évaluer les pratiques et mesurer la satisfaction client

Piloter les évaluations externes, évaluations des pratiques, démarche qualité et mesure de satisfaction, place accrue des organes représentant les

Identifier les acteurs internes et externes à mobiliser pour mettre œuvre la stratégie définie et diffuser des informations scientifiques et techniques stratégiques aux business unit concernées

Piloter et valider la conception des outils de communication pertinents pour atteindre efficacement les cibles internes et externes dans le respect des contraintes réglementaires et juridiques pour les soumettre

auprès des autorités de santé afin d'avoir l'accord

Adopter une stratégie d'omni-canal en interne pour améliorer l'efficacité de l'interaction avec le client

Piloter l'organisation des séminaires à destination des visiteurs médicaux et délégués hospitaliers pour les informer et les former à la campagne suivante

Identifier et/ou traiter les sujets à débat pour anticiper et/ou gérer les conflits

Représenter l'entreprise auprès des partenaires externes, participer et organiser des événements (conférences, congrès, tables rondes...)

pour rendre visible l'entreprise dans son environnement national et international

Analyser ses succès et erreurs pour orienter et adapter ses actions

Piloter l'organisation d'une veille stratégique afin d'identifier les tendances du marché au niveau national et international pour anticiper l'arrivée des innovations
et permettre l'adaptation la plus efficace des propositions commerciales

Piloter l'organisation d'une veille opérationnelle pour intégrer les
éléments de contexte comme la baisse des prix, l'essor des génériques, les
référentiels de bon usage et les rémunérations sur objectifs de santé
publique (ROSP), le durcissement des critères d'évaluation par la Commission
de la transparence, le début d'encadrement des prescriptions hospitalières

Piloter un réseau de leaders d'opinion pour maintenir le niveau d'expertise
scientifique requis, assurer un soutien scientifique à la construction du plan marketing et
développer des partenariats commerciaux durables avec les acteurs de santé (clients)

Repérer les opportunités stratégiques d'un marché national et
international pour faire réaliser des études de marché et définir leurs objectifs
(marchés, produits, packaging, outils promotionnels) et le type d'études à
mener (quantitatives ou qualitatives)

Mettre en place et/ou participer à des accords ou des alliances
entre entreprises, des partenariats qui peuvent prendre la forme d'accords de
licence pour confier la commercialisation de certains médicaments à d'autres
entreprises ou via des partenariats internationaux

Faire analyser et synthétiser les informations recueillies afin de dégager les caractéristiques d'un marché en termes
d'opportunités/menaces, forces/faiblesses pour concevoir une stratégie marketing
permettant l'accès le plus précoce possible des clients à l'innovation

Piloter la sélection des leviers de développement (nouveaux produits de santé, élargissement de la cible
prescripteur ou patient...) adaptés pour les déployer

Coordonner les acteurs internes (direction des ventes, qualité,
supply chain...) et les activités avec les équipes médicales et réglementaires,
afin de prendre en compte les éléments liés à la réglementation des produits

Identifier les moyens et outils numériques mobilisables pour
mettre en œuvre l'offre de services à produire

Utiliser le numérique de façon responsable pour un usage
bénéfique pour l'activité humaine et l'environnement

Mettre en œuvre avec les différentes Business Units de l'entreprise, une politique générale de prix/volume aux
établissements de santé, professionnels de santé, laboratoires d'analyse,
patients... (remises, conditions commerciales, partenariats éventuels) pour
proposer une offre adaptée au marché

Elaborer les objectifs de prescription et de vente pour atteindre les résultats économiques définis par le cadre
stratégique de l'entreprise

Définir les actions à mettre en œuvre
(visite médicale, mobilisation de leaders d'opinions, participation à des
congrès médicaux...) en prenant en compte la dimension éthique de l'entreprise
et de l'environnement pour atteindre les objectifs dans le cadre budgétaire
défini.

Analyser les résultats des statistiques de
vente pour les confronter aux objectifs et faire évoluer le plan d'actions
commerciales

Piloter une veille réglementaire pour identifier les attendus des dossiers réglementaires et répondre aux exigences
des organismes externes et des autorités de santé

Analyser les requis réglementaires des dispositifs médicaux ou des médicaments pour prendre en compte le
renforcement des mesures de régulation affectant à la fois les modalités d'entrée sur le marché, le niveau de prix
(dans un nombre croissant de pays) et les conditions de prise en charge par la collectivité

Interpréter les analyses des résultats de la veille réglementaire pour les intégrer à la stratégie de la business unit des
affaires réglementaires

Identifier et mettre en œuvre les actions prioritaires prenant en compte les évolutions de la réglementation pour
décliner la stratégie réglementaire

Etablir et entretenir un lien avec les autorités/instances de santé pour faciliter les échanges et répondre au mieux à

leurs attentes

Coordonner les acteurs internes (R&D, Marketing, production...) pour intégrer une réglementation de plus en plus exigeante en matière de sécurité du patient et de sécurité du fonctionnement, tendant à une gestion globale incluant préoccupations plus citoyennes du développement durable

Coordonner l'information et la formation des clients et des fournisseurs sur les aspects réglementaires qui les concernent pour s'assurer de la conformité de leurs produits en intégrant les moyens et outils numériques mobilisables

Vérifier les conditions d'exploitation des outils digitaux au regard des objectifs poursuivis, des textes réglementaires et des protocoles internes à l'entreprise

Vérifier les éléments juridiques et réglementaires des contrats clients pour être conformité avec les exigences réglementaires

Contrôler la conformité des dossiers réglementaires selon les requis pays et communiquer avec les instances d'instruction pour valider les dossiers

Coordonner l'organisation des audits (des organismes notifiés par exemple) pour maintenir les certifications, homologations, autorisations de mise sur le marché...

Répondre aux questionnements des professionnels de santé sur le bon usage du produit, sur les pathologies pour maintenir les dossiers d'enregistrement

Gérer un projet en mode transverse et coopératif pour fédérer le collectif vers un objectif commun

Blocs de compétences

RNCP35100BC01 — Management d'une direction multiculturelle dans les industries et services en santé

LISTE DE COMPÉTENCES

Identifier l'organisation de l'entreprise et les interlocuteurs principaux pour prendre en compte le fonctionnement global de l'entreprise et faciliter la collaboration de manière « cross-fonctions » entre le marketing, l'accès au marché (market access), les ventes, le médical, le service client, le département réglementaire en intégrant la dimension internationale dans toutes les phases de l'activité de l'entreprise.

Concevoir, mettre en place et accompagner l'évolution de l'organisation interne et du management pour répondre en permanence aux évolutions de l'environnement, intégrer l'éthique et les objectifs RSE de l'entreprise dans la stratégie de développement de l'entité.

Rendre compte de l'activité de l'entité et proposer des arbitrages et solutions d'amélioration de l'organisation, des processus, des systèmes d'information pour en développer la performance et l'adapter aux évolutions de l'environnement international.

Impulser et coordonner l'utilisation des outils digitaux dans l'organisation de l'entité pour faciliter le travail collaboratif et contribuer à la révolution numérique des entreprises (modèle d'affaires, organisation, culture d'entreprise, mode de management, R&D, production, supply chain, affaires réglementaires et médicales, marketing relationnel, communication...).

Recruter, intégrer, mobiliser et développer les talents des collaborateurs pour atteindre les objectifs de performance individuels et collectifs, et favoriser leur évolution dans l'entreprise, dans un environnement multiculturel.

Identifier et contractualiser avec des compétences extérieures (sous-traitance) à tous les niveaux?: recherche, développement, fabrication...pour compléter l'organisation.

Anticiper et accompagner le changement pour adapter son management à la démarche d'innovation.

Identifier et expliciter ses valeurs au regard de l'éthique de l'entreprise pour donner une direction à la réflexion et à l'action.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas autour d'une problématique entreprise (rendu sous forme d'un dossier écrit individuel)

Le candidat traduit l'organisation dans un organigramme hiérarchique et fonctionnel, apporte une analyse critique et fait des propositions.

Le candidat propose des critères de performance et des suggestions d'outils pour les suivre.

Le candidat propose l'utilisation d'outils digitaux pour optimiser l'organisation et justifie ses demandes.

Le candidat propose une organisation opérationnelle avec un planning des missions et des échéances ainsi qu'un plan de développement des talents des collaborateurs.

Le candidat propose des arbitrages entre les recrutements internes et la sous-traitance externe en tenant compte de l'environnement multiculturel de l'entreprise.

Le candidat propose un plan d'action permettant d'obtenir l'adhésion des collaborateurs.

RNCP35100BC02 — Pilotage de la performance financière, économique, RSE d'une direction marketing ou d'affaires réglementaires internationale dans les industries et services en santé

LISTE DE COMPÉTENCES

Définir, présenter et faire valider le cadre budgétaire de

l'entité pour réaliser les objectifs définis par la hiérarchie.

Construire le budget afin d'assurer le développement et la rentabilité de la business unit.

Décliner et mettre en place les indicateurs de performance de la business unit pour suivre la réalisation des objectifs définis.

Piloter l'exécution

budgétaire de la business unit concernée pour faire procéder aux révisions éventuelles requises par l'évolution du contexte économique.

Présenter et justifier son bilan et ses résultats auprès de la hiérarchie pour faire un bilan et préparer le budget suivant.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Simulation d'un cas entreprise (rendu sous forme d'un dossier écrit individuel et présentation orale devant un professionnel) : cas basé sur des objectifs stratégiques définis qui se réalise en plusieurs séquences à partir d'un cahier des charges.

RNCP35100BC03 — Pilotage de la communication avec les interlocuteurs internes et externes des industries et services en santé

LISTE DE COMPÉTENCES

Définir la stratégie de communication qui accompagnera le produit, dans le respect des contraintes pour être en conformité avec les directives réglementaires relatives au secteur de la santé et les objectifs de l'entreprise intégrant les problématiques scientifiques, sociétales et éthiques.

Piloter les évaluations externes, évaluations des pratiques, démarche qualité et mesure de satisfaction, place accrue des organes représentant les bénéficiaires et les usagers, pour évaluer les pratiques et mesurer la satisfaction client.

Identifier les acteurs internes et externes à mobiliser pour mettre œuvre la stratégie définie et diffuser des informations scientifiques et techniques stratégiques aux business unit concernées.

Piloter et valider la conception des outils de communication pertinents pour atteindre efficacement les cibles internes et externes dans le respect des contraintes réglementaires et juridiques pour les soumettre auprès des autorités de santé afin d'avoir l'accord.

Adopter une stratégie d'omni-canal en interne pour améliorer l'efficacité de l'interaction avec le client.

Piloter l'organisation des séminaires à destination des visiteurs médicaux et délégués hospitaliers pour les informer et les former à la campagne suivante.

Identifier et/ou traiter les sujets à débat pour anticiper et/ou gérer les conflits.

Représenter l'entreprise auprès des partenaires externes, participer et organiser des événements (conférences, congrès, tables rondes...) pour rendre visible l'entreprise dans son environnement national et international.

Analyser ses succès et erreurs pour orienter et adapter ses actions.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Travail sur une problématique d'entreprise (rendu sous forme d'un dossier écrit individuel réalisé en autonomie et restitution orale de 30 minutes devant un professionnel) : Accès libre aux ressources documentaires (papier, digital...)

Activité réalisée en entreprise et encadrée par un tuteur sur la base d'une grille de compétences et d'un questionnaire d'observation

RNCP35100BC04 — Elaboration et mise en œuvre d'une stratégie marketing internationale adaptée aux industries et services en santé

LISTE DE COMPÉTENCES

Piloter l'organisation d'une veille stratégique afin d'identifier les tendances du marché au niveau national et international pour anticiper l'arrivée des innovations et permettre l'adaptation la plus efficace des propositions commerciales

Piloter l'organisation d'une veille opérationnelle pour intégrer les éléments de contexte comme la baisse des prix, l'essor des génériques, les référentiels de bon usage et les rémunérations sur objectifs de santé publique (ROSP), le durcissement des critères d'évaluation par la Commission

de la transparence, le début d'encadrement des prescriptions hospitalières

Piloter un réseau de leaders d'opinion pour maintenir le niveau d'expertise scientifique requis, assurer un soutien scientifique à la construction du plan marketing et développer des partenariats commerciaux durables avec les acteurs de santé (clients)

Repérer les opportunités stratégiques d'un marché national et international pour faire réaliser des études de marché et définir leurs objectifs (marchés, produits, packaging, outils promotionnels) et le type d'études à mener (quantitatives ou qualitatives)

Mettre en place et/ou participer à des accords ou des alliances entre entreprises, des partenariats qui peuvent prendre la forme d'accords de licence pour confier la commercialisation de certains médicaments à d'autres entreprises ou via des partenariats internationaux

Faire analyser et synthétiser les informations recueillies afin de dégager les caractéristiques d'un marché en terme d'opportunités/menaces, forces/faiblesses pour concevoir une stratégie marketing permettant l'accès le plus précoce possible des clients à l'innovation

Piloter la sélection des leviers de développement (nouveaux produits de santé, élargissement de la cible prescripteur ou patient...) adaptés pour les déployer.

Coordonner les acteurs internes (direction des ventes, qualité, supply chain...) et les activités avec les équipes médicales et réglementaires, afin de prendre en compte les éléments liés à la réglementation des produits

Identifier les moyens et outils numériques mobilisables pour mettre en œuvre l'offre de services à produire

Utiliser le numérique de façon responsable pour un usage bénéfique pour l'activité humaine et l'environnement

Mettre en œuvre avec les différentes Business Units de l'entreprise, une politique générale de prix/volume aux établissements de santé, professionnels de santé, laboratoires d'analyse, patients... (remises, conditions commerciales, partenariats éventuels) pour proposer une offre adaptée au marché

Elaborer les objectifs de prescription et de vente pour atteindre les résultats économiques définis par le cadre stratégique de l'entreprise

Définir les actions à mettre en œuvre (visite médicale, mobilisation de leaders d'opinions, participation à des congrès médicaux...) en prenant en compte la dimension éthique de l'entreprise et de l'environnement pour atteindre les objectifs dans le cadre budgétaire défini

Analyser les résultats des statistiques de vente pour les confronter aux objectifs et faire évoluer le plan d'actions commerciales

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas en lien avec une problématique entreprise et restitution orale devant un professionnel

Le candidat réalise une étude de cas qui porte sur le marketing stratégique et sur le marketing opérationnel.

Activité réalisée en entreprise et encadrée par un tuteur sur la base d'une grille de compétences et d'un questionnaire d'observation

OPTION POUR LA SPECIALITE MARKETING

RNCP35100BC05 — Pilotage d'une direction d'affaires réglementaires dans les industries et services en santé

LISTE DE COMPÉTENCES

Piloter une veille réglementaire pour identifier les attendus des dossiers réglementaires et répondre aux exigences des organismes externes et des autorités de santé

Analyser les requis réglementaires des dispositifs médicaux ou des médicaments pour prendre en compte le renforcement des mesures de régulation affectant à la fois les modalités d'entrée sur le marché, le niveau de prix (dans un nombre croissant de pays) et les conditions de prise en charge par la collectivité

Interpréter les analyses des résultats de la veille réglementaire pour les intégrer à la stratégie de la business unit des affaires réglementaires

Identifier et mettre en œuvre les actions prioritaires prenant en compte les évolutions de la réglementation pour décliner la stratégie réglementaire

Etablir et entretenir un lien avec les autorités/instances de santé pour faciliter les échanges et répondre au mieux à leurs attentes

Coordonner les acteurs internes (R&D, Marketing, production...) pour intégrer une réglementation de plus en plus exigeante en matière de sécurité du patient et de sécurité du fonctionnement, tendant à une gestion globale incluant préoccupations plus citoyennes du développement durable

Coordonner l'information et la formation des clients et des fournisseurs sur les aspects réglementaires qui les concernent pour s'assurer de la conformité de leurs produits en intégrant les moyens et outils numériques mobilisables

Vérifier les conditions d'exploitation des outils digitaux au regard des objectifs poursuivis, des textes réglementaires et des protocoles internes à l'entreprise

Vérifier les éléments juridiques et réglementaires des contrats clients pour être conformité avec les exigences réglementaires

Contrôler la conformité des dossiers réglementaires selon les requis pays et communiquer avec les instances d'instruction pour valider les dossiers

Coordonner l'organisation des audits (des organismes notifiés par exemple) pour maintenir les certifications, homologations, autorisations de mise sur le marché...

Répondre aux questionnements des professionnels de santé sur le bon usage du produit, sur les pathologies pour maintenir les dossiers d'enregistrement

Gérer un projet en mode transverse et coopératif pour fédérer le collectif vers un objectif commun

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas en lien avec une problématique entreprise (rendu d'un dossier écrit individuel) :

Le candidat organise et analyse une veille, analyse un dossier réglementaire, écrit un chapitre/module d'un dossier réglementaire.

Le candidat réalise un mapping des interlocuteurs internes et externes concernés par le dossier.

Le candidat rédige une note de synthèse à destination des business units de l'entreprise.

Le candidat propose des questions qui pourraient être posées par les professionnels de santé et les autorités de santé et répond à ces questions.

Activité réalisée en entreprise et encadrée par un tuteur sur la base d'une grille de compétences et d'un questionnaire d'observation

OPTION POUR LA SPECIALITE AFFAIRES REGLEMENTAIRES

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le Manager international en marketing ou le Manager international en affaires réglementaires peut exercer dans les secteurs d'activité suivants :

Médicaments

Dispositifs médicaux (= matériel médical)

Biotechnologies

Vaccins

Cosmétologie

Compléments alimentaires

Homéopathie

...
Il peut exercer aussi bien dans les industries de santé que dans les sociétés de prestations de services spécialisées, en lien avec les industries de santé.

Taille des entreprises :

Principalement les grandes entreprises et les entreprises de taille intermédiaire pour les secteurs du médicament et du matériel médical

Principalement les petites et moyennes entreprises dans le secteur des biotechnologies et de la prestation de services.

Ces entreprises sont situées aussi bien en France qu'à l'International.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Les métiers visés sont principalement dans une entreprise des industries et services de la santé :

- Responsable marketing
- Chef(fe)de produit
- Responsable de gamme
- Directeur(trice) marketing
- Consultant en marketing
- Responsable des affaires réglementaires
- Directeur(trice) des affaires réglementaires
- Consultant en affaires réglementaires

RÉGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

Non concerné

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)	Modérée (3/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 1 à 5 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	2 855 €
Familles professionnelles (FAP)	H0X40 — Ouvriers qualifiés du contrôle qualité et de laboratoire · tension 5/5 (Très élevée) H0X90 — Techniciens du contrôle qualité · tension 5/5 (Très élevée) H1X93 — Ingénieurs des méthodes de production, du contrôle qualité · tension 5/5 (Très élevée) L4X80 — Techniciens des services administratifs · tension 4/5 (Élevée) L5X90 — Cadres administratifs, comptables et financiers (hors juristes) · tension 3/5 (Modérée) R2X80 — Attachés commerciaux · tension 4/5 (Élevée) 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) R4X91 — Technico-commerciaux · tension 3/5 (Modérée) U0X91 — Cadres et techniciens de la documentation · tension 1/5 (Très faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	62 142
Jugés difficiles à recruter	38 %
Emplois saisonniers	4 %

Familles professionnelles (FAP)

H0X40 — Ouvriers qualifiés du contrôle qualité et de laboratoire
H0X90 — Techniciens du contrôle qualité
H1X93 — Ingénieurs des méthodes de production, du contrôle qualité
L4X80 — Techniciens des services administratifs
L5X90 — Cadres administratifs, comptables et financiers (hors juristes)
R2X80 — Attachés commerciaux
R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats)
R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique
R4X91 — Technico-commerciaux
U0X91 — Cadres et techniciens de la documentation

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation initiale, Formation continue, Apprentissage, Contrat de professionnalisation, Candidature individuelle, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Etre titulaire d'une certification de niveau 7 scientifique, ou sur dérogation d'une certification de niveau 6 scientifique, complétée par une expérience professionnelle d'au moins 1 an qui sera étudiée pour la recevabilité du dossier.

L'accès à la certification peut également se faire par la voie de la VAE après étude du CV du candidat et entretien pour déterminer l'intérêt de la démarche.

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, FORMATION CONTINUE, APPRENTISSAGE, CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION, CANDIDATURE INDIVIDUELLE, VAE

Le jury

est composé de 4 membres dont 3 professionnels du secteur

Financement en alternance (NPEC)

Niveau de prise en charge d'un contrat d'apprentissage par les OPCO, fixé par France compétences par branche professionnelle (CPNE).

Prise en charge usuelle	7 968 €
--------------------------------	---------

Selon la branche	7 000 € – 8 517 €
-------------------------	-------------------

Prise en charge	Branches concernées
7 968 €	Valeur par défaut · 207 branches
8 517 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS), CPNEFP dans les établissements d'enseignement privés sous contrat
8 417 €	CPNE chimie
8 216 €	CPNE Branche Caoutchouc
7 200 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil
7 000 €	CPNEFP de la métallurgie

Base légale

Date de décision	18/11/2020
-------------------------	------------

Durée de l'enregistrement	5 ans
----------------------------------	-------

Date d'échéance de l'enregistrement	18/11/2025
--	------------

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2019	17	0	77 %	—
2018	18	1	88 %	92 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP13084

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP42197

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/35100/>

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	2
Montant total engagé	2 070 €
Coût moyen par dossier	1 035 €
Durée moyenne	68 h
Période	11/2021
France compétences	100 %

Formations engagées via le CPF — Caisse des Dépôts (open data), tous organismes confondus.