

Manager marketing et commercial dans les industries de santé (MS)

RNCP35777 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	331n
Formacode(s)	34091, 34085, 43001
Code(s) ROME	M1403, M1703, M1705, M1707
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	08/07/2021
Date d'échéance	08/07/2026

Certificateur(s)

TOULOUSE BUSINESS SCHOOL - TBS · SIRET : 81751739400018

Partenaires habilités

1 organisme habilité, d'après la liste publiée par France compétences : 1 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
CENTRE FORMATION APPRENTIS-TOULOUSE BUSINESS SCHOOL	8175173940003 4	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Acteurs de santé publique, les industries de santé représentent une valeur ajoutée économique et sociale considérable pour la France. Elles représentent 3100 sociétés réparties sur le territoire, totalisant 455000 emplois directs et associés, pour un chiffre d'affaires de 90 milliards d'euros.

Le montant élevé des exportations réalisées (près de 34 milliards d'euros) reflète la reconnaissance internationale des industries de santé opérant en France. L'entrée du numérique et de l'Intelligence Artificielle dans la sphère de la santé contribuent à la transformation du système de soin et permet au patient de devenir acteur de sa propre santé.

L'industrie des dispositifs médicaux emploie elle en France près de 85000 personnes pour un chiffre d'affaires de 28 Mds d'€.

Le Comité Stratégique de Filière des industries et technologies de santé (CSF ITS), labellisé par le Conseil National de l'Industrie soutient le développement en compétences de toute la filière. Ses travaux portent sur 4 axes majeurs : accompagner la transformation numérique des entreprises du secteur, innovation, formation et compétences, international.

Le secteur du médicament a évolué : il est passé de la chimie aux sciences du vivant, avec un essor continu des applications e-santé. De nombreuses applications médicales existent aujourd'hui, pour l'observance et le suivi des traitements notamment, pour les diagnostics, ... On a assisté à une montée en puissance des startups, du biomédical, des dispositifs médicaux. On observe une véritable évolution du business model des industries de santé.

Les principaux facteurs d'évolution des industries de santé et biotech-santé sont :

- des contraintes économiques et politiques,
- la e-santé :

- o explosion des offres de services par les acteurs de la santé,
- o évolution de la santé avec digitalisation du médical et du parcours client,
- o stratégie "beyond the pill",
- o maîtrise et utilisation des datas,
- le renforcement du cadre réglementaire et l'encadrement de la communication sur les produits de santé,
- l'amplification des rapprochements entre entreprises et recherches de partenariats stratégiques,
- le développement de l'innovation et la recherche de croissance,
- la rationalisation des coûts,
- le renforcement de l'internationalisation.

Notre certification a évolué pour répondre aux nouveaux besoins en compétences identifiés ci-dessus.

Des compétences ont été renforcées comme :

- Maîtriser l'environnement du secteur des industries de santé, biotechnologies et e-santé, pour comprendre les nouveaux enjeux, maîtriser les « datas », maîtriser l'environnement réglementaire
- Stratégie et plan marketing renforcés
- Approche conseil intégrée sur toute la filière Santé, avec une meilleure capacité à conseiller les professionnels de santé et à établir avec eux une relation partenariale
- Réaliser des campagnes de communication et d'animation en s'appuyant sur le digital, pour mieux répondre aux nouveaux besoins et comportements d'achat des consommateurs
- Renforcer les compétences en pilotage et suivis de gestion, grâce à la sélection d'indicateurs de performance (KPI'S) et à la mise en place de tableaux de bord encore plus pointus
- Management de projets, pilotage d'équipe multiculturelle

ACTIVITÉS VISÉES

Le Manager Marketing et commercial dans les industries de santé exerce son activité autour de 5 activités majeures :

- Elaboration de la stratégie marketing, dans le secteur des industries de santé, biotechnologies et e-santé, en assurant une veille économique, technologique, réglementaire et concurrentielle, en étudiant les besoins auprès des autorités et professionnels de santé, ou des consommateurs, en définissant précisément ses cibles et en recherchant des partenariats stratégiques, en contexte international
- Conception d'un marketing-mix innovant et élaboration du plan marketing, de la phase de recherche à la mise sur le marché des produits ou services sous sa responsabilité, afin de permettre au produit/service innovant de s'installer et se développer sur un marché y compris à l'international, dans les industries de santé,
- Mise en œuvre de la communication, du plan d'actions commerciales et de soutien de la force de vente dans les industries de santé, en s'appuyant sur le digital
- Gestion de la performance et montage des financements sur son périmètre d'activités dans les industries de santé
- Management et coordination de projets et d'équipes très souvent dans un environnement multiculturel et international, en mobilisant les acteurs impliqués, en pilotant les projets par la mise en place de Kpi's pertinents dans les industries de santé,

COMPÉTENCES ATTESTÉES

- Collecte et analyse des données de l'environnement : Veille économique, Veille technologique, Veille réglementaire, Veille concurrentielle
- Veille spécifique sur le secteur de la e-santé
- Pilotage d'études de marché
- Etude des besoins auprès des autorités et professionnels de santé
- Analyse des données des marchés
- Réalisation d'un diagnostic marketing :

Diagnostic de l'entreprise, de

ses marques, de ses produits ou services

- Diagnostic de la concurrence
- Diagnostic de l'environnement
- Elaboration de la stratégie marketing, en contexte international :

Segmentation des marchés,

Choix des cibles à adresser,

Choix du positionnement de son

offre,

Stratégie de marque

- Recherche de partenariats stratégiques, en contexte international
 - Mise en œuvre de la conformité réglementaire spécifique au secteur :
- Application des normes et réglementation,
Etiquetage et revendications adaptées au produit,
Constitution des dossiers réglementaires
- Lancement de nouveaux produits ou services sur le marché visé
 - Elaboration de la politique tarifaire
 - Elaboration de la politique de communication, dans le respect des contraintes réglementaires relatives au secteur
 - Elaboration du plan marketing, dans un contexte international
 - Réalisation des opérations de communication
 - Aide à la vente pour les équipes commerciales
 - Conception et mise en œuvre d'opérations de communication digitales
 - Réalisation d'événementiels pour promouvoir un produit, un service, une marque, y compris à l'international
 - Elaboration et déploiement du plan d'actions commercial en collaboration avec la Direction Commerciale
 - Négociation de partenariats, accords, licences de distribution, de cessions ou acquisitions
 - Soutien/ support de l'action vente
 - Animation de réseaux
 - Réalisation de prévisionnels
 - Reporting de suivi et de performance
 - Gestion budgétaire
 - Recherche des financements nécessaires au développement de ses produits, marques, services...
 - Mise en œuvre d'une démarche projet :
 - o Qualification et équilibre du portefeuille projets
 - o Elaboration de note de cadrage
 - o Elaboration des ressources nécessaires
 - o Elaboration de planning prévisionnel
 - Mobilisation des acteurs concernés
 - Pilotage et suivi du projet
 - Mise en œuvre d'un leadership constructif
 - Pilotage d'une équipe multiculturelle
 - Communication efficace sur les résultats, sur les évolutions et enjeux de l'activité en interne et en externe.
 - Gestion des situations d'urgence et de crise

Blocs de compétences

RNCP35777BC01 — Elaboration de la stratégie marketing, spécifique au secteur des industries de santé, biotechnologies et e-santé

LISTE DE COMPÉTENCES

Assurer une veille économique, technologique, réglementaire et concurrentielle en identifiant les nouveautés et tendances du marché des industries de santé et biotechnologies afin d'anticiper les innovations porteuses de développements futurs.

Appliquer le cadre réglementaire de la e-santé en s'informant sur le développement de l'acceptabilité de la e-santé, des applications e-santé pour une meilleure observance et un suivi médical à distance.

A partir de la détection du besoin d'une étude de marché, commanditer des études auprès de prestataires en réalisant un cahier des charges de l'étude à mener afin d'orienter par la suite la stratégie marketing.

Collaborer avec les Autorités et professionnels de santé (humaine ou animale) en réalisant des études et entretiens spécifiques pour identifier les besoins futurs et intégrer les attentes de tous les acteurs.

Analyser les résultats des études, à partir

des études publiées ou des études commanditées, des panels disponibles, de la veille sur le net ou des études de merchandising, afin d'identifier des leviers de croissance potentiels et des opportunités de partenariats.

Synthétiser les informations recueillies grâce à la veille et aux études menées sous forme d'un diagnostic SWOT, en dégagant les principales opportunités/menaces et forces/faiblesses du produit/service concerné afin d'en tirer les facteurs clés de succès sur lesquels l'entreprise pourra s'appuyer pour bâtir sa stratégie.

Définir une stratégie marketing adaptée au type de marché visé

(national, international) en choisissant des critères de segmentation

pertinents, des cibles à valeur ajoutée forte, des axes de positionnement différenciant, une marque forte afin d'assurer le développement de son

produit ou service (médicament, produit dermo-cosmétique, dispositif médical, matériel médical...).

Conseiller et participer à l'acquisition et/ou la vente de licences,

au co-développement de produits ou de marques, en environnement international, pour renforcer son portefeuille produits.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de marché SANTE, menée sur 4 mois :

Rédaction d'un DOSSIER SANTE, en groupe, présentant un état des lieux d'un marché, d'un secteur préalable au projet santé, sous convention signée, et réalisé pour un commanditaire professionnel du secteur. Dossier écrit et soutenance orale devant le commanditaire professionnel et le responsable du titre.

Cas intégrateur de synthèse marketing d'un produit de santé,

permettant de synthétiser des données, issues d'études de marchés et de différentes sources d'information

Examen

individuel sur table, sous forme d'une étude de cas d'entreprise du secteur.

Cas de synthèse marketing d'un

produit de santé, afin de

- Repérer et décrire les différentes phases de développement d'un produit de santé (médicament, produit dermo-cosmétique, dispositif médical, matériel médical...) de la phase de recherche à sa mise sur le marché.
- Analyser les différentes missions liées au marketing d'un produit santé, en maîtriser les outils et être capable de définir des stratégies marketing adaptées aux différents types d'industries de santé et de biotechnologies Dossier écrit individuel, réalisé sur

3 mois

Projet SANTE : dossier santé réalisé en groupe de 4 personnes, mené en partenariat avec un ou plusieurs commanditaires professionnels. Projet mené sur 6 mois. Dossier écrit et soutenance orale devant un jury de professionnels.

Etude de cas de synthèse (grand écrit) sous forme d'un partiel individuel durée 7h

Mission Professionnelle de 4 à 6 mois

réalisée en entreprise avec évaluation par le tuteur professionnel

RNCP35777BC02 — Conception d'un marketing-mix innovant et élaboration du plan marketing dans les industries de santé

LISTE DE COMPÉTENCES

Vérifier l'application des normes et

réglementations en vigueur, et appuyer les démarches de certification, de labellisation (type OTC, bio, en collaboration avec les services techniques et bio médicaux...) et d'étiquetage des produits, en coordonnant la constitution des dossiers réglementaires et en suivant les procédures afin de garantir la qualité des produits.

Planifier les opérations de lancement du produit sur le marché

concerné en repérant les différentes phases de développement d'un produit de santé (médicament, produit dermo-cosmétique, dispositif médical, matériel médical...) de la phase de recherche à sa mise sur le marché, afin de permettre au produit/service innovant de s'installer et se développer sur un marché y compris à l'international.

Définir la politique de prix et les

grilles tarifaires, en respectant les contraintes réglementaires relatives au secteur de la santé (pour les médicaments et dispositifs médicaux encadrés), ou des compléments alimentaires ou autres produits dérivés (dermo-cosmétique, ...)

Définir la politique de communication qui accompagnera le produit, dans le respect des contraintes réglementaires relatives au secteur

Réaliser le plan marketing des produits et services sous sa responsabilité, dans un contexte international, en intégrant avec cohérence les politiques spécifiques des variables du marketing mix (offre, prix, distribution, communication)

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude pour le lancement d'un nouveau produit de santé, dossier mené sur 4 mois, en groupe de 4 personnes donnant lieu à :

- L'analyse de la conformité réglementaire
- La réalisation d'un diagnostic marketing basé sur des informations marché préalable au lancement d'un nouveau produit
- La définition d'une stratégie de lancement de nouveaux produits en déclinant les éléments du marketing mix
- L'élaboration du marketing mix
- L'élaboration d'un plan marketing de lancement avec la proposition d'un plan d'actions

Remise d'un dossier écrit et Présentations orales (intermédiaire et finale) devant un jury composé de professionnels du secteur.

Etudes de cas spécifiques dans le domaine communication et packaging, appliqué aux industries de santé

Cas intégrateur de synthèse marketing d'un produit de santé, dossier écrit individuel, donnant lieu à la présentation d'un plan marketing

Etude de cas de synthèse (grand écrit) sous forme d'un partiel individuel durée 7h,

Mission Professionnelle de 4 à 6 mois

réalisée en entreprise avec évaluation par le tuteur professionnel

RNCP35777BC03 — Mise en œuvre de la communication et du plan d'actions commerciales dans les industries de santé, en s'appuyant sur le digital

LISTE DE COMPÉTENCES

Mettre en place le plan de communication (publicité presse, congrès, mailing, workshop, études, ...), en proposant des documents, outils et matériels d'information dans le respect des contraintes réglementaires et

juridiques, afin de promouvoir son produit ou service.

Réaliser les supports d'aide à la vente et communiquer auprès de la force commerciale sur les composantes du produit.

Concevoir et rédiger des storyboards (outils digitaux), notamment en participant à la conception, au développement et à la gestion d'un site internet ou de communication via les réseaux sociaux, à destination des clients, des patients afin de les conseiller sur l'utilisation du produit ou service, dans le respect des contraintes réglementaires et juridiques.

Organiser des événements tels que des

congrès, des échanges, des manifestations nationales et internationales (conférence call, task force, réunions, colloques, congrès...) en présentant et valorisant ses produits/services pour en assurer la promotion

Concevoir des plans d'action

commerciaux et de suivi promotionnel, en formant et informant les équipes d'information médicale, de vente, les équipes techniques, le service achats ou les formatrices officinales afin d'assurer une bonne coordination des actions

Négocier des partenariats ou conventions avec des laboratoires dans le cadre de contrats de co-marketing, co-promotion ou co-développement pour certains produits, ou de contrats de consortium et de partenariat afin de renforcer sa présence sur le marché

Répondre aux appels d'offre en collaboration avec les commerciaux et le service d'appel d'offres et participer à l'élaboration des propositions commerciales en apportant sa vision marché et entreprise afin de répondre au plus près des besoins identifiés

Animer des réseaux de distribution spécialisés (pharmacies, para pharmacies, ...) et des réseaux relationnels prescripteurs (facultés, cliniques...) pour développer la présence de son produit/service sur le marché

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas, réalisée en groupe de 4

personnes, donnant lieu à un document écrit, permettant de mesurer les contours, la place et les enjeux de l'E-santé pour le secteur des industries de santé et repérer les marchés porteurs actuels et à venir.

Cas intégrateur de synthèse marketing d'un produit de santé, dossier écrit individuel, donnant lieu à la proposition d'un plan d'actions en communication, dont la communication digitale

Réalisation d'un plan d'action de marketing digital, travaux réalisés en groupe, présentation orale

Réalisation d'une conférence santé présentée devant un public de professionnels du secteur

Mission Professionnelle de 4 à 6 mois

réalisée en entreprise avec évaluation par le tuteur professionnel, pour une thématique de développement commercial

Projet SANTE – pour une thématique de mise

en œuvre d'un plan de développement national et international : dossier santé réalisé en groupe de 4 personnes, mené en partenariat avec un ou plusieurs partenaires professionnels.

Projet mené sur 6 mois.

Dossier écrit et

soutenance orale.

Livrables dans cette thématique :

- Propositions de plan d'actions pour le développement d'un produit, service, gamme
- Recommandations pour les équipes d'information médicale,

de vente, les équipes techniques, le service achats

- Propositions de partenariats, conventions, actions promotionnelles pour appuyer le développement

Lancement d'un nouveau produit de santé,

dossier mené sur 4 mois, en groupe de 4 personnes donnant lieu à un

plan d'actions commerciales et de suivi promotionnel auprès des réseaux de distribution,

en soutien de l'équipe commerciale

Remise d'un dossier écrit et Présentations

orales (intermédiaire et finale) devant un jury composé de professionnels du

secteur.

RNCP35777BC04 — Gestion de la performance et montage des financements dans les industries de santé

LISTE DE COMPÉTENCES

Élaborer les prévisions de ventes (plan marketing, objectifs de

vente...), en réalisant des simulations pour le chiffrage et le suivi des

projets en fonction des orientations définies (budget, forecast, ...) afin de

proposer des business plans de développement de ses marques, produits ou

services

Elaborer, suivre et communiquer des indicateurs de performance (KPI'S)

auprès de la direction générale, des entités du groupe, de différents acteurs

internes (commerciaux, acheteurs, hiérarchiques...), en réalisant des rapports

de performance permettant de mesurer des écarts et de proposer des actions de

réajustement

Proposer, gérer et contrôler les budgets de son produit, service,

marque, ou gamme, afin d'alerter sur des écarts et de faciliter la prise de

décisions si des régulations s'avèrent nécessaires

Rechercher et obtenir les financements en élaborant, présentant et

négociant les dossiers de financement auprès de différents investisseurs, ou

de responsables internes ou externes pour assurer l'équilibre financier

nécessaire au développement de ses produits

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas individuelle d'analyse et gestion des performances

Réalisation en groupe d'un rapport

d'analyse financière d'une entreprise de santé et présenté en devant un jury

de professionnels

Examen sur table individuel portant

sur une étude de cas d'entreprise du secteur santé : réaliser une

analyse de l'activité et de la rentabilité globale d'une entreprise du

secteur santé

Projet SANTE –dossier santé réalisé en

groupe de 4 personnes, mené en partenariat avec un ou plusieurs partenaires

professionnels.

Projet mené sur 6 mois. Dossier écrit et soutenance

orale.

Livrables dans cette thématique : Livraison du business plan au commanditaire

RNCP35777BC05 — Management et coordination de projets et d'équipes dans les industries de santé

LISTE DE COMPÉTENCES

Construire une démarche et des outils de management de projet

efficaces et adaptés à une situation donnée, en

analysant la valeur du portefeuille projets, en validant le go/no go de

l'entrée en portefeuille, afin de coordonner l'ensemble des tâches et

d'assurer le respect du planning.

Mobiliser les acteurs impliqués sur le projet pour faciliter

l'avancement du projet, grâce à l'animation de réunions d'avancement, de résolution de problèmes, d'information et en réduisant les tensions ou conflits avec les personnes ou les services concernés

Concevoir, analyser et interpréter les résultats, KPIs et tableaux de bords du projet, les diffuser et les communiquer de façon pertinente au sein de l'équipe projet et à l'extérieur, en alertant sur de potentielles dérives des objectifs, afin de valider étape par étape les différentes étapes d'avancement du projet et de réaliser la recette du projet

Construire et partager une vision inspirante pour garantir la cohésion vers un objectif commun

Coordonner et développer une ou plusieurs équipes en favorisant des relations collaboratives

Maîtriser l'anglais pour coordonner les projets

Comprendre les différences culturelles pour co-construire un cadre de travail commun

Négocier et convaincre dans un environnement international et multi-acteurs

Travailler en équipe multiculturelle y compris à distance, en utilisant les outils collaboratifs

Communiquer avec assertivité en interne et en externe

Construire un pitch de son projet pour faire adhérer les différents acteurs du projet

Anticiper et gérer les conflits, en faisant preuve de réactivité, pour maintenir la cohésion d'équipe

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Management d'un projet santé, en groupe de 4 personnes : manager un projet santé en partenariat avec un ou plusieurs partenaires professionnels, projet mené sur 6 mois.

Les livrables de ce projet :

- Mise en œuvre d'outils de conduite de projets
- Menée à terme du projet en utilisant la méthodologie proposée et en validant étape par étape les différentes étapes d'avancement du projet
- Recette du projet auprès du commanditaire

Remise d'un dossier écrit et soutenances intermédiaire et finale en présence du commanditaire

Etude de cas de management de projet, réalisée en groupe de 4 personnes, avec soutenance orale, avec comme livrables :

- Construction d'un portefeuille de projets et le qualifier pour juger son entrée en portefeuille (go/nogo)
- Analyse de la valeur et aide à la décision multicritère pour prioriser les projets
- Evaluation de l'équilibre du portefeuille

Réalisation de cas pratiques portant sur la résolution de problématiques managériales, cas réalisés en groupes

Mises en situations managériales, simulations orales individuelles

Evaluation par le tuteur professionnel de la mission réalisée en entreprise (4 à 6 mois), grilles et livret du tuteur

Examen TOEIC

Examen sur table individuel (3h) portant sur la gestion des RH et des techniques d'animation et de motivation d'équipe dans toute situation de management

Evaluation du management en équipe dans le cadre de la réalisation du projet santé mené en groupe de 4 personnes, sur 6 mois

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Entreprises visées

- Laboratoires pharmaceutiques et dermo-cosmétiques
- Entreprises de dispositifs et matériels médicaux
- Entreprises de distribution de médicaments (répartiteurs pharmaceutiques)
- Biotechnologies santé
- Entreprises de service pour les industries de santé : communication, marketing, vente...
- Entreprises agro-alimentaires à vocation santé (produits diététiques, aliments...)
- Cabinets de conseil en stratégie et marketing

Lieu d'activité

- Sièges sociaux d'entreprises
- Entreprises à établissement unique
- Filiales d'un groupe national
- Filiales d'un groupe multinational

Organismes professionnels

Cabinets d'études et de conseil

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

- Chef de produit, chef de gamme
- Chef de projet développement produits ou marchés / Project manager, chef de projet marketing
- Chef de marché · Responsable marketing
- Responsable commercial ou chargé de développement commercial ou Business Developer
- Account manager
- Chargé de développement export
- Délégué médical, Responsable médical
- Clinical Trainer
- MSL (Medical Science Liaison), chargé de prescription
- Consultant marketing santé
- Chargé des affaires réglementaires pour la mise sur le marché d'un produit ou de son suivi

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 2 à 4 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	3 067 €
Familles professionnelles (FAP)	L4X82 — Techniciens et agents de maîtrise chargés d'études socio-économiques · tension 4/5 (Élevée) L5X93 — Chargés d'études socio-économiques · tension 3/5 (Modérée) 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)
Projets de recrutement (BMO 2026)	13 733
Jugés difficiles à recruter	31 %

Emplois saisonniers

5 %

Familles professionnelles (FAP)

L4X82 — Techniciens et agents de maîtrise chargés d'études socio-économiques
L5X93 — Chargés d'études socio-économiques
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

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

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

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

1. A titre normal, le Mastère Spécialisé® s'adresse à des candidats :

- Diplômés d'une école d'ingénieurs habilitée par la Commission des titres d'ingénieur (CTI)
- Diplômés d'une école de management habilitée par la Commission d'évaluation des formations et diplômes de gestion (CEFDG) à délivrer le grade de master
- Diplômés de 3ème cycle universitaire ou équivalent, dont la liste est arrêtée par la Conférence des grandes écoles
- Titre inscrit au RNCP niveau 7
- Etrangers dont le diplôme est équivalent aux diplômes français exigés ci-dessus
- Etudiants ayant validé une formation de niveau Master 1ère année, (par exemple, diplômés de maîtrise) justifiant de trois ans d'expérience professionnelle

2. A titre dérogatoire pour 30% maximum des effectifs, l'accès est possible à toute personne :

- Titulaire d'un master 1, sans expérience professionnelle
- Titulaire d'un diplôme, de niveau licence, et justifiant d'une expérience professionnelle significative d'au moins 3 ans
- Tout candidat VAPP dans un maximum de 40% des effectifs

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE

4 personnes composent le jury, deux professionnels et deux représentants de TBS Business School.

Les représentants de TBS sont :

- Le Directeur des programmes Mastère Spécialisé,
- Le professeur responsable de la formation,

Les professionnels sont nouveaux chaque année et occupent des fonctions à responsabilité. Leur activité leur permet de juger des attendus professionnels de la certification.

COMPOSITION DU JURY — FORMATION CONTINUE, APPRENTISSAGE, CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION

4 personnes composent le jury, deux professionnels et deux représentants de TBS Business School.

Les représentants de TBS sont :

- Le Directeur des programmes Mastère Spécialisé,
- Le professeur responsable de la formation,

Les professionnels sont nouveaux chaque année et occupent des fonctions à responsabilité. Leur activité leur permet de juger des attendus professionnels de la certification.

COMPOSITION DU JURY — VAE

4 personnes composent le jury, deux professionnels et deux représentants de TBS Business School.

Les représentants de TBS sont :

- Le Directeur des programmes Mastère Spécialisé,
- Le professeur responsable de la formation,

Les professionnels sont nouveaux chaque année. Les fonctions occupées et leur activité leur permettent de juger des attendus professionnels de la certification. La parité employeur/salarié est contrôlée.

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	9 346 €
Selon la branche	8 100 € – 11 000 €
Prise en charge	Branches concernées
9 346 €	Valeur par défaut · 209 branches
11 000 €	CPNE des industries de santé (CPNEIS)
9 285 €	CPNEFP dans les établissements d'enseignement privés sous contrat
9 000 €	CPNE chimie
8 100 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil

Base légale

Date de décision	08/07/2021
Durée de l'enregistrement	5 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	08/07/2026

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2018	39	0	81 %	70 %
2017	38	0	88 %	70 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS
RNCP25555

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)
RNCP42472

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/35777/>

Se former en apprentissage

Formations en apprentissage	1
Organismes gestionnaires (CFA)	1
Organismes formateurs	1
Régions couvertes	1
Départements couverts	1
Organismes certifiés Qualiopi	1
Sessions	de 10/2026 à 12/2027

Catalogue des formations en apprentissage — réseau des Carif-Oref. Sans frais pour l'alternant : formation financée par l'OPCO de la

branche (NPEC).

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	1
Montant total engagé	7 500 €
Coût moyen par dossier	7 500 €
Durée moyenne	1057 h
Période	09/2021
Reste à charge titulaire	62 %
France compétences	38 %

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