

Manager en services et industries de santé (MS)

RNCP36120 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	310, 331
Formacode(s)	43026, 43454
Code(s) ROME	M1403, M1703, M1705, H1206, M1707
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	26/01/2022
Date d'échéance	26/01/2025

Certificateur(s)

ASSOCIATION GROUPE ESSEC · SIRET : 77566395800046

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le manager en services et industries de Santé intervient au sein d'institutions relevant du secteur de la santé humaine. Il est tout d'abord un spécialiste des sciences de la vie. Il est également un manager. Ces deux aspects du métier du manager en services et industries de Santé s'enrichissent mutuellement. Il est capable de comprendre et promouvoir des innovations en matière de santé humaine dans un environnement très réglementé, de contribuer au développement de son entreprise et de gérer un budget. Confronté à un contexte global et complexe, il doit s'adapter et renforcer son leadership dans le pilotage du changement en veillant à la fois aux enjeux de santé et aux intérêts médico-économiques de sa structure d'appartenance.

La première mission du manager en services et industries de Santé est liée à sa spécialisation dans les sciences de la vie. En tant que scientifique, il est attentif aux innovations biomédicales et veille à les intégrer dans la gestion de l'entreprise en leur assurant un traitement conforme aux exigences réglementaires et dans le respect de la déontologie. Il propose de nouveaux produits et de nouveaux développements pour son entreprise. Il met en place les études permettant de tester les effets thérapeutiques et les bienfaits de ces nouveaux produits. Il supervise les acteurs internes et les sous-traitants chargés de les réaliser. Dans un contexte globalisé de lancement des produits, il est le garant de la communication et s'assure qu'elle soit conforme à la réglementation, quel que soit le pays auquel les produits sont destinés.

La seconde mission du manager en services et industries de Santé, transverse, est celle de management. Il contribue au développement des affaires en créant des liens privilégiés avec les acteurs du secteur de la santé. Il conçoit les campagnes de communication autour du produit, rédige ou édite du matériel éditorial auquel il apporte son éclairage scientifique. Il définit, élabore et met en place le système de suivi du budget annuel et pluriannuel. Il gère et anime une équipe, réalise les entretiens annuels d'évaluation, propose les actions de formation. Il a un lien fonctionnel avec des équipes de représentants médicaux auxquels il apporte son expertise du produit vendu et dont il établit le contenu et le planning de formation.

La double activité du manager en services et industries de Santé s'inscrit dans un contexte de respect des règles déontologiques et éthiques au service d'un objectif final : apporter un mieux-être aux patients que ces produits sont destinés à soigner.

ACTIVITÉS VISÉES

En fonction du lieu d'implantation de l'entreprise/du groupe, sa taille et son organisation, le manager en services et industries de la santé peut assurer tout ou partie de ces activités :

1. Développement d'une vision stratégique globale et exercice d'un leadership responsable et engagé

2. Création de partenariats au sein de l'écosystème de la santé pour des produits et services de santé efficaces et innovants
3. Elaboration et mise en œuvre d'une stratégie de mise sur le marché de produits et services de santé innovants
4. Elaboration et mise en œuvre de la stratégie marketing des produits et services de santé

COMPÉTENCES ATTESTÉES

C1 Mettre en place un système de veille géopolitique en sélectionnant les médias et les acteurs pertinents afin d'analyser le contexte dans lequel évolue l'entreprise.

C2 Identifier les principaux facteurs-clés de succès d'une stratégie d'entreprise en appréciant sa capacité à s'adapter aux changements et en intégrant les outils et démarches d'aide à la création de stratégies novatrices afin de développer l'entreprise.

C3 Proposer des modes de travail intégrant les enjeux liés aux problématiques RSE en prenant en compte les spécificités des collaborateurs afin de créer une atmosphère de travail inclusive et performante.

C4 Identifier les dynamiques de changement organisationnel dans un contexte complexe en s'appuyant sur une vision stratégique et en considérant l'ensemble des outils et méthodes d'accompagnement au changement afin de mettre en place un leadership adéquat.

C5 Accompagner les orientations prises par l'entreprise en matière de transformation digitale et/ou liées à l'intelligence artificielle en effectuant des actions de concertation avec les dirigeants et les managers, en informant les collaborateurs sur les principaux changements et en négociant afin de prévenir les blocages au changement.

C6. Définir les stratégies de partenariats permettant de répondre aux enjeux identifiés du secteur de la santé, en identifiant les opportunités de partenariats et en communiquant auprès des différentes parties prenantes du monde de la santé:

acteurs institutionnels, communauté scientifique et acteurs du système de santé afin de développer les activités de l'entreprise.

C7. Démontrer l'intérêt de santé publique des innovations et actions en santé développées par l'entreprise en se reposant sur des sources officielles et en développant un argumentaire convaincant afin de la positionner comme acteur de santé responsable

C8. Impulser une démarche d'innovation ouverte reposant sur l'écosystème de l'innovation en santé en respectant les intérêts de santé publique

C9. Analyser les environnements et marchés de l'innovation en santé en réalisant une veille prospective afin de proposer des solutions innovantes à des problématiques de santé.

C10. Proposer des solutions innovantes appliquées à la santé, utilisant notamment le numérique en s'appuyant sur les compétences internes (direction digitale, data scientists, direction générale...) et sur des compétences externes (data scientists spécialisés, innovation biotechnologique, innovation organisationnelle) mobilisant l'écosystème de la santé

C11. Identifier les enjeux de santé publique et d'accès au marché en mettant en œuvre la réalisation d'études afin de déterminer la stratégie la plus adaptée pour le développement de l'entreprise

C12. Etudier la faisabilité de la mise sur le marché du produit ou service de santé en déterminant les études, notamment médico-économiques qui permettront d'en assurer le suivi au niveau de son coût et de son efficacité

C13. Elaborer la stratégie de mise sur le marché du produit ou service de santé en collaboration avec les services marketing, juridique et recherche et développement de l'entreprise, la direction générale, en utilisant les outils usuels en la matière

C14. Coordonner le travail des différents acteurs impliqués dans la réalisation des dossiers destinés aux autorités de santé en vérifiant la qualité et la fiabilité des informations contenues afin de garantir un traitement efficace et favorable de ces dossiers auprès des autorités de santé.

C15. Gérer les relations avec les différentes autorités de contrôle sanitaire en vérifiant la conformité des produits et services de santé au regard des réglementations et de leurs évolutions et en respectant les procédures de demande d'autorisation ainsi qu'en suivant les procédures de sécurité

afin d'assurer la mise en œuvre de la stratégie technico-réglementaire de l'entreprise dans le domaine de la santé.

C16. Développer un argumentaire s'appuyant sur des données vérifiées et fiables afin de convaincre les autorités du bien fondé du produit ayant fait l'objet de développement ou de création

C17. Négocier avec les autorités de santé en appliquant des stratégies de négociation adaptées et dans le respect des parties prenantes afin d'obtenir l'autorisation de mise sur le marché du produit et service et l'obtention de bonnes

conditions de remboursement

C18. Analyser les forces et les faiblesses de l'entreprise du monde de la santé, de même que les opportunités et les menaces de l'environnement et du marché de la santé et leurs impacts possibles sur la performance de l'entreprise

C19. Générer des données qualitatives (entretiens, boards, questionnaires...) et quantitatives (utilisation de bases de données de santé : SNDS...) pour soutenir les réflexions et projets en santé

C20. Définir les orientations stratégiques marketing en tenant compte des diagnostics interne et externe réalisés, afin de lancer la démarche de marketing opérationnel pour les produits et services de santé

C21. Elaborer le plan et le budget annuel et pluriannuel des projets à conduire en déterminant le planning général et les ressources nécessaires à l'atteinte des objectifs

C22. Présenter les options stratégiques à la direction en développant un argumentaire sur les choix effectués en vue de leur validation et tenant compte des spécificités des industries de santé

C23. Dans le respect de la stratégie marketing, déployer les orientations marketing, en les déclinant dans les services et départements concernés (R&D, recherche clinique, achats, production, commercial, visiteurs médicaux...)

C24. Etablir le plan marketing, en définissant les politiques produit/service, prix, communication et distribution (marketing mix) adapté aux produits et services de santé

C25. Définir les actions de marketing opérationnel et de communication en prenant en compte les objectifs fixés et dans le respect des moyens alloués et tenant compte des spécificités, notamment réglementaires pour les produits et services de santé

Blocs de compétences

RNCP36120BC01 — Développement d'une vision stratégique globale et exercice d'un leadership responsable et engagé

LISTE DE COMPÉTENCES

C1 Mettre en place un système de veille géopolitique en sélectionnant les médias et les acteurs pertinents afin d'analyser le contexte dans lequel évolue l'entreprise.

C2 Identifier les principaux facteurs-clés de succès d'une stratégie d'entreprise en appréciant sa capacité à s'adapter aux changements et en intégrant les outils et démarches d'aide à la création de stratégies novatrices afin de développer l'entreprise.

C3 Proposer des modes de travail intégrant les enjeux liés aux problématiques RSE en prenant en compte les spécificités des collaborateurs afin de créer une atmosphère de travail inclusive et performante.

C4 Identifier les dynamiques de changement organisationnel dans un contexte complexe en s'appuyant sur une vision stratégique et en considérant l'ensemble des outils et méthodes d'accompagnement au changement afin de mettre en place un leadership adéquat.

C5 Accompagner les orientations prises par l'entreprise en matière de transformation digitale et/ou liées à l'intelligence artificielle en effectuant des actions de concertation avec les dirigeants et les managers, en informant les collaborateurs sur les principaux changements et en négociant afin de prévenir les blocages au changement.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle simulée (C1-C5)

Production attendue du candidat

Chaque équipe (représentant une entreprise) travaille sur un projet actuel et concret de transformation proposé par une autre équipe/entreprise.

L'objectif des candidats est de poser un diagnostic de la situation et de proposer des solutions nouvelles.

Travail de groupe suivi d'une présentation orale

Travail de groupe en mode collaboratif, suivi d'une présentation orale.

RNCP36120BC02 — Création de partenariats au sein de l'écosystème de la santé pour des produits et services de santé efficaces et innovants

LISTE DE COMPÉTENCES

C6. Définir les stratégies de partenariats permettant de répondre aux enjeux identifiés du secteur de la santé, en identifiant les opportunités de partenariats et en communiquant auprès des différentes parties prenantes du monde de la santé : acteurs institutionnels, communauté scientifique et acteurs du système de santé afin de développer les activités de l'entreprise.

C7. Démontrer l'intérêt de santé publique des innovations et actions en santé développées par l'entreprise en se

reposant sur des sources officielles et en développant un argumentaire convaincant afin de la positionner comme acteur de santé responsable

C8. Impulser une démarche d'innovation ouverte reposant sur l'écosystème de l'innovation en santé en respectant les intérêts de santé publique

C9. Analyser les environnements et marchés de l'innovation en santé en réalisant une veille prospective afin de proposer des solutions innovantes à des problématiques de santé.

C10. Proposer des solutions innovantes appliquées à la santé, utilisant notamment le numérique en s'appuyant sur les compétences internes (direction digitale, data scientists, direction générale...) et sur des compétences externes (data scientists spécialisés, innovation biotechnologique, innovation organisationnelle) mobilisant l'écosystème de la santé

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Deux études de cas avec deux partenaires industriels. (C6-C10)

Des équipes de 4 ou 5 candidats travaillent sur une problématique réelle proposée par le partenaire :

- La première étude de cas, réalisée avec un partenaire industriel technologique, mobilise les équipes entre un mois et deux pour analyser la problématique et proposer des solutions innovantes en s'appuyant sur des outils numériques en Santé.

- Concernant la seconde étude de cas, les candidats ont 48h pour analyser la problématique d'un partenaire industriel et /ou institutionnel du secteur de la Santé.

La présentation des recommandations se fait oralement et en groupe devant les équipes du partenaire.

RNCP36120BC03 — Elaboration et mise en œuvre d'une stratégie de mise sur le marché de produits et services de santé innovants

LISTE DE COMPÉTENCES

C11. Identifier les enjeux de santé publique et d'accès au marché en mettant en œuvre la réalisation d'études afin de déterminer la stratégie la plus adaptée pour le développement de l'entreprise

C12. Etudier la faisabilité de la mise sur le marché du produit ou service de santé en déterminant les études, notamment médico-économiques qui permettront d'en assurer le suivi au niveau de son coût et de son efficience

C13. Elaborer la stratégie de mise sur le marché du produit ou service de santé en collaboration avec les services marketing, juridique et recherche et développement de l'entreprise, la direction générale, en utilisant les outils usuels en la matière

C14. Coordonner le travail des différents acteurs impliqués dans la réalisation des dossiers destinés aux autorités de santé en vérifiant la qualité et la fiabilité des informations contenues afin de garantir un traitement efficace et favorable de ces dossiers auprès des autorités de santé.

C15. Gérer les relations avec les différentes autorités de contrôle sanitaire en vérifiant la conformité des produits et services de santé au regard des réglementations et de leurs évolutions et en respectant les procédures de demande d'autorisation ainsi qu'en suivant les procédures de sécurité afin d'assurer la mise en œuvre de la stratégie technico-réglementaire de l'entreprise dans le domaine de la santé.

C16. Développer un argumentaire s'appuyant sur des données vérifiées et fiables afin de convaincre les autorités du bienfondé du produit ayant fait l'objet de développement ou de création.

C17. Négocier avec les autorités de santé en appliquant des stratégies de négociation adaptées et dans le respect des parties prenantes afin d'obtenir l'autorisation de mise sur le marché du produit et service et l'obtention de bonnes conditions de remboursement.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Analyse d'une stratégie de mise sur le marché (C11, C13, C14, C15)

- Étude d'évaluation économique (C12)

Les deux modalités sont évaluées au moyen d'un cas pratique à préparer en équipes de 5 et à présenter oralement devant la classe pendant 10 minutes.

Réalisation d'un fichier Excel à partir de recherches sur internet comportant des indicateurs servant à indiquer des résultats et dégager des conclusions.

Équipes choisies par l'intervenante sur une base aléatoire

Durée : une demi-journée

Conduite d'un entretien de négociation (C16-C17)

Jeux de rôle réalisés en équipes

Discussions

Durée : 7h30

+

Travail écrit individuel où le candidat réalise une synthèse de 3 pages de ses principaux apprentissages personnels
Le travail est à rendre une semaine après le cours.

RNCP36120BC04 — L'élaboration et mise en œuvre de la stratégie marketing des produits et services de santé

LISTE DE COMPÉTENCES

- C18. Analyser les forces et les faiblesses de l'entreprise du monde de la santé, de même que les opportunités et les menaces de l'environnement et du marché de la santé et leurs impacts possibles sur la performance de l'entreprise.
- C19. Générer des données qualitatives (entretiens, boards, questionnaires...) et quantitatives (utilisation de bases de données de santé : SNDS...) pour soutenir les réflexions et projets en santé.
- C20. Définir les orientations stratégiques marketing en tenant compte des diagnostics interne et externe réalisés, afin de lancer la démarche de marketing opérationnel pour les produits et services de santé.
- C21. Elaborer le plan et le budget annuel et pluriannuel des projets à conduire en déterminant le planning général et les ressources nécessaires à l'atteinte des objectifs.
- C22. Présenter les options stratégiques à la direction en développant un argumentaire sur les choix effectués en vue de leur validation et tenant compte des spécificités des industries de santé.
- C23. Dans le respect de la stratégie marketing, déployer les orientations marketing, en les déclinant dans les services et départements concernés (R&D, recherche clinique, achats, production, commercial, visiteurs médicaux...)
- C24. Etablir le plan marketing, en définissant les politiques produit/service, prix, communication et distribution (marketing mix) adapté aux produits et services de santé.
- C25. Définir les actions de marketing opérationnel et de communication en prenant en compte les objectifs fixés et dans le respect des moyens alloués et tenant compte des spécificités, notamment réglementaires pour les produits et services de santé.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Jeu de simulation en équipes à partir d'une entreprise fictive, suivi d'une soutenance orale (C18-C25)

Le jeu porte sur l'analyse et la mise en œuvre d'une stratégie marketing

Les participants composent leurs équipes en fonction de l'expertise de chacun des membres

Durée : 7h30

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le manager en services et industries de Santé exerce son activité au sein de toute structure impliquant la santé humaine, de toute taille, dans le secteur public ou privé :

Des entreprises biopharmaceutiques nationales ou internationales.

Des entreprises du dispositif médical.

Des organisations de santé publique

Des établissements de soin

Des sociétés de conseil ou de services

Des compagnies d'assurance

Des organismes internationaux (OMS, banques mondiales)

Des instituts universitaires

Des start-ups dans le domaine de la santé.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

La certification de manager en services et industries de Santé (MS) peut conduire à différentes fonctions telles que :

Médecin produit

Pharmacien affaires réglementaires

Directeur des affaires médicales

Manager business development

Chef de produit

Chef de projet

Manager marketing

Entrepreneurs dans le domaine de la santé

Responsable d'accès au marché.

RÈGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

Respect du code de la santé publique et des dispositions propres à l'encadrement de la promotion du médicament et charte de la visite médicale (Chapitre III communication à caractère promotionnelle) dans le cadre de :

- la réglementation en matière de produits de santé et d'organisation du système de santé dans le cadre de l'élaboration et la mise en œuvre d'une stratégie de mise sur le marché de produits et services de santé innovants.
- vérification de la conformité des produits et services de santé en respectant les procédures de demande d'autorisation ainsi qu'en suivant les procédures de sécurité afin d'assurer la mise en œuvre de la stratégie technico-réglementaire de l'entreprise dans le domaine de la santé.

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 2 à 5 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	3 028 €
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) N0X70 — Techniciens d'étude, recherche et développement · tension 5/5 (Très élevée) N1X90 — Ingénieurs et cadres d'étude, recherche et développement (industrie) · tension 5/5 (Très élevée) 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)	29 030
Jugés difficiles à recruter	39 %
Emplois saisonniers	4 %
Familles professionnelles (FAP)	L4X82 — Techniciens et agents de maîtrise chargés d'études socio-économiques L5X93 — Chargés d'études socio-économiques N0X70 — Techniciens d'étude, recherche et développement N1X90 — Ingénieurs et cadres d'étude, recherche et développement (industrie) 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

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Sont recevables les candidatures d'étudiants titulaires d'un des diplômes suivants :

- ? Diplôme d'ingénieur habilité par la Commission des Titres d'Ingénieur (liste CTI)
- ? Diplôme d'une école de management habilitée à délivrer le grade national de Master (liste CEFDG)
- ? Diplôme de 3ème cycle habilité par les autorités universitaires (Master...) ou diplôme professionnel de niveau BAC

+ 5

? Diplôme de M1 ou équivalent, pour des auditeurs justifiant d'au moins trois années d'expérience professionnelle

? Titre inscrit au RNCP niveau 7 (ancienne nomenclature niveau I)

? Diplôme étranger équivalent aux diplômes français exigés ci-dessus

Pour des diplômes anciens, qui ne sont plus actuellement délivrés, il sera fait un rapprochement avec ceux qui s'y sont éventuellement substitués.

2.2 – Conditions d'accès dérogatoires :

a) Dans la limite de 40 % maximum de l'effectif de la promotion suivant la formation Mastère Spécialisé concernée, sont recevables, après une procédure de Validation des acquis personnels et professionnels (VAPP), les candidatures de personnes justifiant a minima de 10 années d'expérience professionnelle (hors stage, césure, cursus initial en alternance).

Pour cette voie d'accès, une description du dispositif de la VAPP permettant d'apprécier les connaissances, les méthodes et les savoir-faire du candidat, comportant notamment la composition de la commission pédagogique, devra être présentée ainsi que toute pièce constitutive de ce dispositif adaptée au programme.

b) – Par dérogation pour 30 % maximum du nombre d'étudiants suivant la formation Mastère Spécialisé concernée, sont recevables les candidatures d'étudiants titulaires d'un des diplômes suivants :

? Niveau M1 validé ou équivalent sans expérience professionnelle

? Diplôme de L3 justifiant d'une expérience adaptée de 3 ans minimum

Le pourcentage total des dérogations prévues au a) et au b) ci-dessus ne doit pas excéder 40%.

Toutefois, dans un contexte de recrutement spécifique (réorganisation d'un secteur d'activité ou d'une entreprise spécifique), ce taux pourra être porté à 60%, sans que les dérogations au titre du b) ne dépassent pour autant 30%. Dans ce cas, l'école doit justifier cette demande, la Conférence des grandes écoles se réservant le droit de retenir ou rejeter cette option pour les recrutements des candidats.

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

Le Directeur académique du programme

Un membre permanent de l'ESSEC : soit un membre du corps professoral, soit le Directeur des Etudes

Deux professionnels en activité dans le domaine concerné

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	9 271 €
Selon la branche	8 000 € – 11 000 €
Prise en charge	Branches concernées
9 271 €	Valeur par défaut · 209 branches
11 000 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil, CPNE des industries de santé (CPNEIS)
8 396 €	CPNEFP de la blanchisserie, laverie, location de linge, nettoyage à sec, pressing et teinturerie
8 000 €	CPNE chimie

Base légale

Date de décision	26/01/2022
Durée de l'enregistrement	3 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	26/01/2025

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2019	19	0	90 %	88 %
2018	14	0	93 %	85 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP26823

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP39982

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://executive-education.essec.edu/fr/programme/programmes-diplomants/strategie-management-des-industries-de-sante/>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/36120/>

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	35
Parcours menés à terme	22
Taux d'achèvement	63 %
Période	09/2022 – 05/2026

Entrées et sorties — Caisse des Dépôts (open data), tous organismes confondus.

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	36
Montant total engagé	94 900 €
Coût moyen par dossier	2 636 €
Durée moyenne	214 h
Période	05/2022 – 10/2024
France compétences	99 %
Reste à charge titulaire	1 %

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