

Manager en services et industries de santé (MS)

RNCP39982 · 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	18/12/2024
Date d'échéance	18/12/2029

Certificateur(s)

ASSOCIATION GROUPE ESSEC · SIRET : 77566395800046

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

La certification « Manager en service et industries de santé (MS) » a été créée en 2005 pour répondre aux besoins du secteur. Elle offre une vision systémique et transversale de la filière santé et de ses acteurs, permettant aux cadres dirigeants d'adopter double posture, à la fois en tant qu'expert de la santé, mais également en tant que manager stratégique, tourné vers le développement et la performance de l'organisation.

Cette 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 des activités suivantes :

- L'élaboration d'une vision stratégique pour l'organisation, orientée vers son développement ou sa transformation
- Le management de la transformation de l'organisation
- L'identification et la création de partenariats au sein de l'écosystème de la santé pour le développement de stratégies et de programmes
- Le positionnement de l'entreprise comme acteur de santé responsable au sein de l'écosystème de la santé
- La promotion d'une démarche d'innovation répondant aux enjeux du secteur de la santé
- La coordination et la supervision des études médico-économiques dans le champ de la santé
- La coordination de la constitution des dossiers destinés aux autorités de santé
- La présentation et la négociation des dossiers auprès des autorités de santé
- La définition des orientations stratégiques marketing des produits et services de santé
- Le déploiement des orientations stratégiques des industries de santé

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Concevoir une stratégie de développement innovante, en tenant compte du contexte géopolitique, social, environnemental, technologique, normatif, du contexte interne, des enjeux de responsabilité éthique et sociétale (notamment liés à l'inclusion et à la RSE) et des objectifs de performance de l'entreprise, afin d'orienter la prise de décision relative à son développement ou sa transformation.

Mettre en place un plan de transformation de l'entreprise, intégrant les innovations digitales et liées à l'intelligence artificielle, par la mise en place d'une veille sur les évolutions technologiques et l'adoption des principes

d'amélioration continue, afin de déployer la stratégie de développement de l'entreprise.

Accompagner le changement dans son entreprise en adoptant une posture de leadership engageant et participatif, facilitant les négociations entre les parties prenantes, afin de prévenir les résistances et garantir l'adhésion aux objectifs de performance de l'entreprise.

Manager une équipe interdisciplinaire et multiculturelle, en adoptant une démarche inclusive, tenant compte et valorisant les handicaps et spécificités de tous les collaborateurs, afin de permettre l'atteinte des objectifs de performance de l'entreprise dans un environnement de travail collaboratif et productif.

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.

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

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.

Impulser une démarche d'innovation ouverte, reposant sur l'écosystème de l'innovation en santé, afin de promouvoir le développement de solutions médicales pertinentes pour les besoins en santé publique.

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 et conformes aux normes en vigueur.

Identifier et comprendre 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

Étudier la faisabilité de la mise sur le marché du produit ou service de santé en s'appuyant sur des études, notamment scientifiques et médico-économiques, afin d'assurer le suivi de son coût et de son efficacité

Élaborer 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 et stratégique, en utilisant les outils usuels en la matière

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.

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.

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.

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

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 afin de proposer des recommandations stratégiques marketing permettant d'améliorer la visibilité des produits / service de l'entreprise.

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

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

Elaborer le plan et le budget annuel et pluriannuel des projets à conduire en déterminant le planning général et les ressources nécessaires afin de pouvoir en assurer un suivi et de permettre l'atteinte des objectifs stratégiques marketing.

Présenter les options stratégiques à la direction en développant un argumentaire sur les choix effectués et tenant compte des spécificités des industries de santé, afin de faciliter leur validation et d'assurer une prise de décision éclairée de la direction.

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...), afin d'en assurer une mise en œuvre cohérente et alignée avec la stratégie marketing.

Etablir le plan marketing, en définissant les politiques produit/service, prix, communication et distribution (marketing mix) adapté aux produits et services de santé, afin de positionner l'offre de manière pertinente sur le marché.

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, afin d'assurer une mise en œuvre efficace et conforme cadre légal et réglementaire applicable.

Blocs de compétences

RNCP39982BC01 — Développer une vision stratégique responsable et engagée et manager la transformation de l'entreprise et des équipes

LISTE DE COMPÉTENCES

Concevoir une stratégie de développement innovante, en tenant compte du contexte géopolitique, social, environnemental, technologique, normatif, du contexte interne, des enjeux de responsabilité éthique et sociétale (notamment liés à l'inclusion et à la RSE) et des objectifs de performance de l'entreprise, afin d'orienter la prise de décision relative à son développement ou sa transformation.

Mettre en place un plan de transformation de l'entreprise, intégrant les innovations digitales et liées à l'intelligence artificielle, par la mise en place d'une veille sur les évolutions technologiques et l'adoption des principes d'amélioration continue, afin de déployer la stratégie de développement de l'entreprise.

Accompagner le changement dans son entreprise en adoptant une posture de leadership engageant et participatif, facilitant les négociations entre les parties prenantes, afin de prévenir les résistances et garantir l'adhésion aux objectifs de performance de l'entreprise.

Manager une équipe interdisciplinaire et multiculturelle, en adoptant une démarche inclusive, tenant compte et valorisant les handicaps et spécificités de tous les collaborateurs, afin de permettre l'atteinte des objectifs de performance de l'entreprise dans un environnement de travail collaboratif et productif.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation professionnelle réelle ou simulée :

Réunis en équipes pluridisciplinaires, les candidats diagnostiquent une problématique de développement ou de transformation d'une organisation partenaire (entreprise, industrie, ONG, organisation publique, etc.), et proposent une stratégie innovante et responsable, adaptée au contexte de l'entreprise, intégrant un plan de pilotage de la transformation prenant en compte les enjeux des parties prenantes

Modalité : évaluation orale collective et individuelle

RNCP39982BC02 — Créer des partenariats au sein de l'écosystème de la santé pour des produits et services de santé efficaces et innovants

LISTE DE COMPÉTENCES

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.

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

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.

Impulser une démarche d'innovation ouverte, reposant sur l'écosystème de l'innovation en santé, afin de promouvoir le développement de solutions médicales pertinentes pour les besoins en santé publique.

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 et conformes aux normes en vigueur.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

1. Etude de cas et présentation orale :

En groupe, les candidats analysent un cas réel soumis par une entreprise industrielle ou une institution publique du secteur de la santé. Ils proposent des solutions innovantes en démontrant leur intérêt pour la santé et leur pertinence face à la problématique identifiée, en s'appuyant notamment sur des outils numériques en santé

Modalités : Présentation orale collective et individuelle des recommandations devant l'entreprise ou l'institution partenaire

2. Etude de cas et rédaction de recommandations :

Le candidat examine un ou plusieurs cas concrets dans l'écosystème de la santé et formule des recommandations. Il propose des innovations pertinentes et conformes à la réglementation en vigueur ainsi qu'aux intérêts de santé publique, incluant une stratégie de partenariat, pour impulser une démarche innovante capable de répondre aux problématiques de santé identifiées.

Modalité : rédaction d'un rapport écrit individuel

RNCP39982BC03 — Elaborer et mettre en œuvre une stratégie de mise sur le marché de produits et services de santé innovants

LISTE DE COMPÉTENCES

Identifier et comprendre 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

Étudier la faisabilité de la mise sur le marché du produit ou service de santé en s'appuyant sur des études, notamment scientifiques et médico-économiques, afin d'assurer le suivi de son coût et de son efficience

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

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.

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.

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

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

1. Etude de cas :

A partir d'un corpus documentaire (articles, données chiffrées) sur le système de santé publique et d'accès au marché, le candidat réalise une évaluation critique et argumentée de la mise en œuvre des politiques de régulation du système santé présentées, exposant les grands enjeux de santé public, afin d'en déduire les éléments clés qui ont permis l'accès au marché des produits examinés.

Modalité : rédaction d'un rapport écrit individuel

2. Elaboration d'un plan d'accès au marché :

A partir d'une problématique issue d'un cas réel d'une industrie de la santé, le candidat réalise un plan d'accès au marché argumenté et documenté, en identifiant les rôles et missions des parties prenantes et en prenant en compte les contraintes réglementaires.

Modalité : rédaction d'un document individuel de présentation (sous forme PowerPoint ou équivalent)

3. Mise en situation professionnelle :

A partir d'une situation professionnelle réelle ou imaginée, le candidat prépare ses arguments et réalise une présentation impactante en vue de négocier la mise sur le marché d'un produit ou service.

Modalité : présentation orale individuelle

RNCP39982BC04 — Elaborer et mettre en œuvre une stratégie marketing des produits et services de santé

LISTE DE COMPÉTENCES

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

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

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

Elaborer le plan et le budget annuel et pluriannuel des projets à conduire en déterminant le planning général et les ressources nécessaires afin de pouvoir en assurer un suivi et de permettre l'atteinte des objectifs stratégiques marketing.

Présenter les options stratégiques à la direction en développant un argumentaire sur les choix effectués et tenant compte des spécificités des industries de santé, afin de faciliter leur validation et d'assurer une prise de décision éclairée de la direction.

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...), afin d'en assurer une mise en œuvre cohérente et alignée avec la stratégie marketing.

Etablir le plan marketing, en définissant les politiques produit/service, prix, communication et distribution (marketing mix) adapté aux produits et services de santé, afin de positionner l'offre de manière pertinente sur le marché.

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, afin d'assurer une mise en œuvre efficace et conforme cadre légal et réglementaire applicable.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

1. Jeu de simulation en équipes pluridisciplinaire :

A partir d'un cas d'entreprise réelle ou fictive, les candidats définissent une stratégie marketing puis identifient et mettent en œuvre les actions à réaliser pour déployer cette stratégie. Ils défendent oralement leur proposition.

Modalités : Présentation orale collective et individuelle de la stratégie retenue et des actions mises en place.

2. Etude de cas pratique en finance :

A partir d'un cas en finance, le candidat analyse les problématiques financières qui en découlent, rédige un plan, et en élabore le budget annuel et pluriannuel.

Modalité : Rédaction individuelle d'une analyse financière

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 / directeur stratégique
- Manager business development

- Chef de produit dans le domaine de la santé
- Chef de projet dans le domaine de la santé
- Manager marketing dans le domaine de la santé
- Entrepreneur dans le domaine de la santé
- Responsable d'accès au marché / responsable scientifique régional

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.
- la 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

MODALITÉS D'ACCÈS

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Conditions d'accès générales

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

- Titre d'ingénieur diplômé conférant le grade de master (formations évaluées par la Commission des titres d'ingénieur, liste publiée au journal officiel)
- Diplôme d'une école de management, privée ou consulaire, conférant le grade de master (formations évaluées par la CEFDG, liste publiée au bulletin officiel du MESR)
- Diplôme de 3ème cycle habilité par les autorités universitaires (Diplôme national de master, DEA, DESS, ...) ou diplôme professionnel de niveau BAC + 5
- Diplôme ou attestation de validation d'un niveau équivalent M1 pour des candidats ayant au moins trois ans d'expérience professionnelle en lien avec la formation visée
- Titre inscrit au Répertoire national des certifications professionnelles (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, on se rapprochera de ceux qui s'y sont éventuellement substitués.

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 5 années d'expérience professionnelle pour lesquelles les activités exercées ont un lien avéré avec les compétences professionnelles visées par la formation.

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

- Diplôme ou attestation de validation d'un niveau équivalent M1 sans expérience professionnelle ou ayant moins de trois ans d'expérience professionnelle en lien avec la formation visée.
- Diplôme de licence (L3) ou grade de Licence ou titre inscrit au RNCP niveau 6 (ancienne nomenclature niveau II) justifiant d'une expérience professionnelle de 3 ans minimum, en lien avec la formation visée

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%.

PRÉREQUIS À LA VALIDATION

Thèse professionnelle : le candidat doit valider sa thèse professionnelle. La thèse professionnelle est une épreuve transverse à l'intégralité des blocs de compétences de la certification, qui s'appuie sur une expérience professionnelle d'une durée minimale de 4 mois, en équivalent temps plein. Pour valider la certification, le candidat doit d'une part rédiger la thèse professionnelle et d'autre part la soutenir devant un jury composé du Directeur de mission entreprise et du Directeur de thèse, au plus tard dans les 6 mois suivant la fin de la formation. La thèse est évaluée selon des critères de rigueur scientifique, de pertinence sectorielle et d'utilisabilité pour l'entreprise à laquelle elle se réfère. Elle fait la synthèse de toutes les compétences acquises, qu'elles soient d'ordre stratégique ou opérationnel. Elle démontre l'aptitude du candidat à exposer et analyser par écrit la problématique retenue et à la présenter de façon claire et convaincante à l'oral devant un jury. La validation de la thèse professionnelle est indispensable pour obtenir la certification.

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

Le jury de certification est composé :

- De l'un ou l'autre des directeurs académiques du programme, président du jury
- D'un membre permanent de l'ESSEC, soit un membre du corps professoral soit la Directrice des études
- D'au moins deux professionnels du secteur (représentant 50% des membres du jury), n'intervenant pas dans le cursus de formation

COMPOSITION DU JURY — VAE

Le jury de certification est composé :

- De deux académiques : le directeur académique, membre du corps professoral de l'ESSEC et un intervenant extérieur
- De deux professionnels en activité dans le domaine concerné, l'un des deux professionnels étant Président du jury

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	18/12/2024
Durée de l'enregistrement	5 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	18/12/2029
Date de dernière délivrance possible	18/12/2033

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2022	25	0	84 %	86 %
2021	27	0	96 %	84 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP36120

CORRESPONDANCES (PAR BLOCS)

RNCP35006, RNCP36120, RNCP36214, RNCP37154, RNCP37341

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://www.essec.edu/fr/programme/executive-mastere-specialise-strategie-management-industries-sante/>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/39982/>

Où se former

Formations référencées	3
Organismes	1
Régions couvertes	1

Prix indicatif

6 120 € – 29 400 €

Offre de formation — MonCompteFormation (Caisse des Dépôts), licence ouverte.

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation 23

Parcours menés à terme 15

Taux d'achèvement 65 %

Période 09/2025 – 09/2026

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

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés 26

Montant total engagé 130 951 €

Coût moyen par dossier 5 037 €

Durée moyenne 97 h

Période 06/2025 – 09/2026

France compétences 57 %

Reste à charge titulaire 43 %

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