

MASTER MANAGEMENT ET ADMINISTRATION DES ENTREPRISES (MAE) MARKETING DES PRODUITS ET SERVICES DE SANTÉ (M2)

TYPE DE FORMATION

Master, diplôme d'État bac+5
2^e année

Formation initiale
Formation continue

DURÉE DE LA FORMATION

1 an

EFFECTIF ATTENDU

20 étudiants

PRÉ-REQUIS

Ce parcours nécessite à minima quatre années de formation en biologie ou en santé, compte tenu des spécificités du secteur de la santé.

Il est donc ouvert aux étudiants ayant un M1 de Biologie, étudiants ayant validé au moins 4 années d'études dans un cycle d'études médicales (médecine, pharmacie, dentaire, vétérinaire), ingénieur santé et tout autre cursus attestant une formation d'au moins quatre années de biologie.



OBJECTIFS DE LA FORMATION

Ce Master 2 vise à acquérir des connaissances du secteur de la santé, tant dans le domaine pharmaceutique, que dans celui des dispositifs médicaux ou des biothérapies.

La formation axée principalement sur une discipline, le marketing, permet aux étudiants et auditeurs de se spécialiser dans des thématiques variées telles que l'analyse concurrentielle, le marketing digital, la gestion d'un produit ou d'une gamme de produits, le lancement d'un nouveau produit, le lancement d'un nouveau service, les études de marché, la communication ou les techniques de vente.

La formation est également destinée à développer les capacités de communication (communication orale et écrite, maîtrise de l'anglais) des étudiants et auditeurs qui évolueront au sein d'équipes dans un contexte international.



COMPÉTENCES VISÉES

Ce Master 2 est destiné à apporter :

- un savoir académique mais aussi professionnalisant aux étudiants avec la présence de nombreux professionnels intervenant dans cette formation,
- un savoir-faire rendant les étudiants parfaitement opérationnels dès leur stage de fin d'année grâce aux outils manipulés pendant l'année,
- un savoir-être autour de valeurs fondamentales pour s'insérer et progresser au sein des entreprises du secteur de la santé.

Ces compétences sont acquises tout au long de l'année notamment au moyen de travaux de groupes accompagnés de présentations orales et d'un projet à réaliser.

Cette formation permet d'acquérir les blocs de compétences du référentiel RNCP 35916.



DÉBOUCHÉS

Les débouchés sont nombreux à des postes aussi différents que ceux de responsable des études marketing, responsable des études de marché, chef de produit, responsable de la communication scientifique, directeur marketing, responsable des ventes, délégué régional, directeur de la visite médicale, responsable du service de formation du réseau de délégués médicaux, responsable de zone export ou consultant dans le secteur pharmaceutique, au sein des services marketing, services des ventes, services des études de marché ou services de communication d'entreprises et d'agences de communication du secteur de la santé.



PUBLIC CIBLÉ

Ce parcours est ouvert en formation initiale et peut accueillir en son sein des auditeurs de formation continue ayant la volonté de suivre cette formation pour évoluer vers un service marketing.



ORGANISATION

La formation se déroule en deux temps :

- une formation universitaire théorique articulée en deux trimestres de fin septembre à mi-décembre puis de janvier à mars ;
- un stage dans une entreprise du secteur de la santé d'une durée de 4 à 6 mois d'avril à septembre.

ENSEIGNEMENTS

MASTER 2 - 60 ECTS - VOLUME HORAIRE GLOBAL	387h
Stratégie marketing Concepts clés du marketing stratégique et opérationnel	40h
Environnement santé et éthique Environnement économique du secteur de la santé et éthique	14h
Distribution et force de vente Visite médicale et réglementation, secteur vétérinaire, interface marketing et force de vente	36h
Les analyses de données en santé Informatique, les panels santé	52h
Insertion professionnelle Techniques de communication, entretien de recrutement, préparation à l'entretien professionnel	27h
Anglais	25h

Marketing digital en santé Outils utilisables dans le secteur de la santé	24h
La communication dans le secteur de la santé Plan de communication, agences de communication santé, communication grand public	22h
Mise sur le marché des médicaments et dispositifs médicaux (DM) L'AMM, mise sur le marché des DM, les DM de diagnostic in vitro	22h
Études de cas en santé Cas marketing en santé	45h
Initiation à la recherche Produits issus de la génétique moléculaire, de la post génomique et de la thérapie génique, projet personnel de recherche	37h
Analyse du marché des OTC, génériques et dispositifs médicaux Les spécificités des produits OTC, génériques et DM	18h
Anglais	25h
Stage (4 à 6 mois)	

STAGE

Un **stage** en entreprise commençant dès avril d'une durée de **4 à 6 mois** vient clôturer la formation académique des étudiants pour mobiliser les compétences acquises durant l'année.

Ce stage dans un laboratoire pharmaceutique, société commercialisant des dispositifs médicaux, start up, société de panels, agence de communication santé, etc. se déroule le plus fréquemment dans un service marketing en tant que chef de produit junior.

MODALITÉS D'ACCÈS : CANDIDATURE

Pour accéder à ce parcours, les candidats doivent remplir un dossier de candidature téléchargeable sur le site web à partir de février : www.univ-nantes.fr/iae/formations (se référer à la formation souhaitée).

Chaque candidature est analysée en prenant en compte les résultats universitaires obtenus par les candidats lors de leur cursus ainsi que la qualité du projet énoncé.

Un entretien permet aux candidats présentant les aptitudes à suivre ce parcours et ayant un dossier complet de présenter leurs motivations au cours d'un échange avec le porteur de ce parcours.

Au terme de ces entretiens, les candidats sont informés de leur acceptation sur liste principale, liste d'attente ou refusés.

Les candidats se trouvant à l'étranger peuvent se voir proposer un entretien par visioconférence.

Étudiant étranger (1^{re} inscription dans une université française).
Consulter le site www.univ-nantes.fr/etudiants-etrangers/ rubrique "Hors échange". Suivre la démarche indiquée selon votre cas. Sans cette démarche, le dossier de candidature ne sera pas recevable au niveau de la scolarité.

Formation continue

Ce diplôme est accessible avec un statut Formation continue pour les salariés ou demandeurs d'emploi ayant déjà une expérience professionnelle. L'accès peut se faire soit avec le titre requis pour la formation, soit après validation des acquis professionnels.

Contact service Formation continue :

Céline Brochu - celine.brochu@univ-nantes.fr

Emma Coulon - fc-iae@univ-nantes.fr

Tél. +33 (0)2 76 64 18 17 / 18 16

Consultez les modalités et tarifs spécifiques sur notre site web : www.univ-nantes.fr/iae/fc.

FRAIS D'INSCRIPTION

Formation initiale

Droits universitaires en vigueur 245€.

Contribution vie étudiante et campus (CVEC) : 95€ à régler auprès du CROUS.

Des services supplémentaires facultatifs pourront être proposés lors de la rentrée universitaire.

Formation continue

Tarif en fonction de la situation du candidat.

CONTACTS

Responsable pédagogique :

Fabrice Clerfeuille - fabrice.clerfeuille@univ-nantes.fr

Assistante de formation :

Isabelle Courcoul - isabelle.courcoul@univ-nantes.fr

Tél. +33 (0)2 76 64 18 48

www.univ-nantes.fr/iae/formations