

# Ingénieur commercial de produits et procédés biologiques

Niveau d'étude  
**Bac +5**

ECTS  
**3 crédits**

Composante  
**Sciences Fondamentales  
et Appliquées**

Période de l'année  
**Semestre 3**

## En bref

- # **Langue(s) d'enseignement:** Français
- # **Méthodes d'enseignement:** En présence
- # **Organisation de l'enseignement:** Formation initiale, Contrat d'apprentissage, Contrat de professionnalisation
- # **Forme d'enseignement :** Total
- # **Ouvert aux étudiants en échange:** Non

---

## Présentation

### Description

Les métiers d'ingénieurs commerciaux sont un débouché non négligeable pour les diplômés des sciences de la vie. En effet, une liste croissante de produits, kits, instrumentations sont vendus dans le domaine de la recherche fondamentales et appliquées.

La connaissance des sciences de la vie est un atout pour vendre ces produits aux chercheurs. Cette UE est destinée à donner toutes les bases nécessaires aux étudiants pour être à même de lancer des actions de Marketing, de savoir gérer un portefeuille client, de connaître les spécifications d'un produit etc...

Le chef de produit dans le secteur de l'industrie pharmaceutique a pour mission d'élaborer et mettre en œuvre la stratégie marketing afin de développer le chiffre d'affaires et la rentabilité de son ou ses produits.

### Objectifs

Initier les étudiants aux différents aspects du métier d'ingénieur commercial/chef de produit

## Heures d'enseignement

CM	CM	3h
P-Proj	Pédagogie par projet	22h

## Pré-requis obligatoires

Niveau M1 en Biologie

## Programme détaillé

- élaboration et mise en oeuvre de la stratégie marketing des produits (planification, budgétisation, plan de développement des produits)
- définition et mise en oeuvre de la stratégie marketing des produits (presse, relations publiques, marketing direct ; organisation de congrès, symposium, manifestations produits, internet)
- présentation des campagnes de promotion sur les produits aux équipes d'information médicale et de vente
- proposition, gestion et contrôle du budget du produit
- élaboration de documents, outils, matériels de promotion dans le respect des contraintes réglementaire et juridique
- analyse de marchés potentiels
- proposition de nouveaux développements produits et éventuellement de conditionnements
- formation et information des équipes d'information médicale et de vente
- sélection, validation et contrôle des fournisseurs ou des sous-traitants (appels d'offres, négociation, rédaction du cahier des charges...)
- suivi des stocks de produits
- contrôle des ventes de produits par rapport aux objectifs
- analyse des résultats des actions de communication
- relations professionnelles avec le corps médical et actions terrain (visites accompagnées)
- veille concurrentielle du marché et de la concurrence

## Compétences visées

Connaitre et maitriser les outils permettant de développer le marché d'un produit pharma ou biotech .

## Bibliographie

# <http://www.leem.org/chef-de-produit>

# <http://www.youtube.com/watch?v=EY4KbgEidxk>



# <https://www.youtube.com/watch?v=p8-NdwAUDK4>