Ingénieur commercial de produits et procédés biologiques

Niveau d'étude	ECTS	Composante	Période de l'année
Bac +5	**3 crédits**	**Sciences Fondamentales et Appliquées**	**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 connaitre 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

Informations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 04 janvier 2022

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

Heures d'enseignement

Ingénieur commercial de produits et procédés biologiques - CM	CM	3h
Ingénieur commercial de produits et procédés biologiques - Projet	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 congres, 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 marches 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

Informations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 04 janvier 2022

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

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

Informations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 04 janvier 2022