

Le master BIOLOGIE GESTION

Formation de deux ans proposée par l'université de Rennes 1 en partenariat avec l'IGR. Elle forme des étudiants biologistes à la gestion et au marketing, des compétences complémentaires recherchées par les bio-entreprises.

UNIVERSITÉ DE
RENNES 1



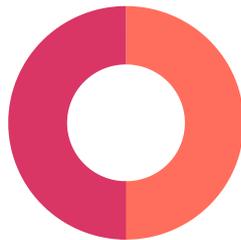
ADMISSION

La présélection dépend du dossier, du CV et de la lettre de motivation. Un test écrit et un entretien détermine la sélection finale.

CONTENU

BIOLOGIE

- Physiologie appliquée
- Neurobiologie et cognition
- Conduite de projet scientifique
- Synthèse bibliographique
- Statistiques



GESTION

- Marketing
- Étude de marché
- Politique de prix et de produit
- Stratégie de communication
- Comptabilité

LES POINTS FORTS

Les enseignements théoriques sont complétés par des projets en marketing et en biologie. Chaque année la formation se termine par une immersion professionnelle, 3 à 4 mois en M1 et 6 mois en M2.

LES DÉBOUCHÉS



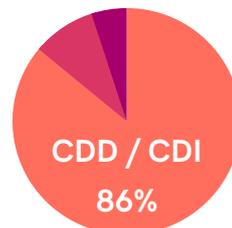
Secteurs

-  Cosmétique
-  Pharmaceutique
-  Agroalimentaire
-  Biotechnologie

Métiers

- Chef de produit
- Chef de projet
- Responsable marketing
- Concepteur rédacteur

Insertion 2020



LA BIOLOGIE ET LA LP NAPCES

Les enseignements relatifs à la biologie sensibilisent à la santé, informent sur les mécanismes physiologiques et biochimiques responsables de certaines pathologies liées à l'alimentation et offrent un bagage scientifique solide.

LE MARKETING ET LP NAPCES

Pour encourager des comportements favorables à la santé chez des individus, le marketing social utilise les techniques du marketing commercial.¹

D'après une étude de 2016 publiée par Oxford, l'efficacité du marketing social en santé globale et en comportements de santé est prouvée. La moitié des études relevées ont montré des résultats positifs et significatifs.²

SOURCES

- ¹ Santé Publique France, 2020. Marketing social [en ligne]. Disponible sur: <https://www.santepubliquefrance.fr/lesactualites/2020/marketing-social-de-la-comprehension-des-publics-au-changement-de-comportement>
- ² FIRESTONE Rebecca, J ROWE Cassandra, N MODI Shilpa and SIEVERS Dana, 2016. The effectiveness of social marketing in global health: a systematic review. Health Policy and Planning, 2017, vol 32, p110-124. doi: 10.1093/heapol/czw088