

GROUPE ESC DIJON BOURGOGNE

CONTACT ◆
MASTÈRE SPÉCIALISÉ
MANAGEMENT DE L'INDUSTRIE
PHARMACEUTIQUE
GROUPE ESC DIJON BOURGOGNE

29 rue Sambin
BP 50 608
21000 Dijon
Tél. : 03 80 72 58 54
Fax : 03 80 72 59 99
celine.soulas@escdijon.eu
www.masteremip.eu

ACTIVITÉS ◆
Formation accréditée CGE
Management, marketing de l'innovation
pharmaceutique

FAITS & CHIFFRES ◆
RESPONSABLE

Céline Soulas

DATE DE CREATION

1988

Manager l'innovation pharmaceutique

Le dynamisme de l'industrie pharmaceutique est guidé par la R&D. Preuve en est des investissements consentis à la découverte de médicaments innovants, sous l'impulsion de l'internationalisation des marchés, la demande de santé publique ou encore le développement des biotechnologies. Mais l'augmentation régulière des coûts de la recherche, l'impératif de maîtrise des dépenses de santé et la promotion de l'équité d'accès aux soins contraignent les laboratoires à anticiper chaque étape de leur stratégie : du management de la R&D, à la gestion des achats et de la production, en passant par le marketing de ses produits innovants.

L'innovation est le gage d'un avantage compétitif sur ses concurrents.

Au stade de la production de connaissances scientifiques nouvelles, les laboratoires gèrent de nombreux partenariats de R&D avec des entreprises de biotechnologies : achat de start-up, financement d'un projet de recherche publique, contrats de licences...

La transformation de ces connaissances scientifiques en un produit nouveau amène pour sa part à maîtriser les techniques de galénique et l'achat de prestations intellectuelles. La gestion des tests cliniques est ici un enjeu capital et financier, qui guide le dossier d'AMM.

Enfin, *la diffusion de l'innovation à la société* est très contrainte par la réalisation de plans médicaux, de dossiers réglementaires et la parfaite connaissance des systèmes de soins français et étrangers. Le management des activités de production s'oriente de plus en plus vers la sous-traitance. Quant à la gestion stratégique des outils marketing, elle incite

les laboratoires à faire preuve d'inventivité, de scientisme et d'éthique. Le développement des études médico-marketing et la charte de la visite médicale marquent en effet le début d'une nouvelle ère de la communication.

Une formation dédiée à la gestion de l'innovation*

Le programme du mastère MIP s'inscrit à ce titre dans la transversalité : les relations entre les trois phases présentées ci-dessus sont complexes, chacune influençant les autres par de multiples canaux. Le futur manager, qu'il se projette vers les métiers du management, de la R&D, du marketing, de la production ou des achats, doit certes maîtriser des outils techniques. Il doit aussi et surtout être créatif, audacieux et à l'écoute, afin d'assurer à ses décisions une parfaite cohérence avec la stratégie globale de l'entreprise et de son environnement. Il doit être capable d'impulser le changement et l'innovation. ■

* L'opportunité des novateurs ne consiste pas à être en harmonie avec l'évolution matérielle, mais avec les Hommes. Les Institutions et les esprits ont toujours du retard sur la technique." (Alfred Sauvy, Mythologie de notre temps, 1971).

MASTÈRE SPÉCIALISÉ EN MANAGEMENT
DE L'INDUSTRIE PHARMACEUTIQUE

GROUPE
ESC DIJON BOURGOGNE
RECHERCHE SCIENTIFIQUE ET INNOVATION
FORMATION DE MANAGEMENT ET D'ÉCONOMIE DE LA SANTÉ

