

## Master Chimie

### Parcours ChemTechCo

#### *Présentation et objectifs*

Ce parcours de 2e année de master est une formation en apprentissage et alternance en entreprise et à l'université.

L'objectif est la formation de technico-commerciaux pour les industries des secteurs de la chimie et de l'environnement. La formation repose sur l'acquisition de connaissances scientifiques et technologiques, et de compétences dans les domaines du commerce et de la vente.

#### **Atouts de la formation**

Le technico-commercial est un professionnel dont les connaissances scientifiques et techniques lui permettent d'apporter à ses clients des solutions pratiques et efficaces. Il doit avoir une vision globale et transversale de l'entreprise : vente, marketing, finance, comptabilité et stratégie d'entreprise.

#### *Programme détaillé*

#### **UE TECH2 Chromatographie et spectroscopie 83.5h**

Dans ce cours seront présentées les techniques de chromatographie, avec des rappels théoriques et des généralités sur les différents principes et appareillage. Une seconde partie concernera les techniques de spectroscopie où seront abordés les bases théoriques et le principe de fonctionnement des appareils.

#### **UE Analyses électrochimiques, environnementales et spectroscopiques (AEES)83.5h**

Des généralités sur les systèmes de préparation, statistiques et incertitudes. Méthodes classiques et impulsionnelles en électrochimie. Analyses environnementales DBO et DCO.

## **UE Techniques de vente et de commercialisation83.5h**

### **Programme**

- Vente, client, négociation, prospection, argumentation, conclusion d'une affaire, Programmation Neuro Linguistique, CRM, gestion de la relation client, appel d'offres, vente en ligne, e commerce, écoute active.
- Techniques de vente

### Phoning et prospection

- Communication interpersonnelle
- Analyse des prix, marges de négociation, mise en place des tarifications clientèle
- Point sur les média sociaux et utilisation dans l'aide à la vente
- Le modèle du click and mortar
- Etude de cas pour la promotion d'une start-up de la biologie
- Gestion de situations de prospection, de suivi d'affaires, de réclamations
- Mise en place d'actions commerciales
- Réalisation d'argumentaires
- Mises en situations commerciales

### **Objectifs et compétences visées :**

Cet enseignement met le client au cœur de la formation, en apprenant à dialoguer avec lui, à le prospecter, le fidéliser et construire avec lui une solution technique et commerciale à ses besoins. La compétence développée est de savoir vendre des produits techniques accompagnés de services, de produits complémentaires et d'offres évolutives dans le temps chez le client et surtout de bien appréhender la situation d'achat du client. Apprentissage de la négociation commerciale. E.commerce (opportunités, limites et organisation)

Savoir créer, gérer et suivre une relation commerciale avec ses clients. Capacité à réaliser du commerce avec détermination mais beaucoup de souplesse. Apprendre à parler au client en s'adaptant aux situations proposées diverses et individualisées. Savoir adapter une stratégie de vente à la stratégie d'achat du client. Importance du savoir-être comme acquisition des compétences commerciales. Savoir fidéliser et suivre l'évolution des affaires de ses clients.

Prospection de la clientèle jusqu'à la concrétisation d'une affaire. Savoir gérer les outils du commerce digital et les media sociaux.

- **Etude de cas pratique N°2, mises en situations commerciales** : Solutions commerciales à un projet technique ou d'équipement : **Présentation par binôme d'étudiants**. L'évaluation est réalisée par un jury constitué d'enseignants du domaine commercial et du domaine scientifique et de professionnels qui apprécient la pertinence de la réponse au contexte considéré.
- **Projets commerciaux réalisés par les étudiants** : Mise en application des techniques de communication « Communication autour de BioTechCo » : **Prospection dans les universités**

**Evaluation** : moyenne d'épreuves de contrôles continus, d'un examen écrit portant sur les notions étudiées dans le cours, d'un examen oral consistant à présenter les aspects techniques et économiques d'une entreprise.

**Intervention** : Professionnels et enseignants-chercheurs dans les domaines commerciaux ciblés.

## **UE Science de gestion83.5h**

- **Marketing (opérationnel)**

### **Programme :**

- Le comportement du consommateur
- Le marché et les études de marché
- La stratégie et le positionnement
- Le mix : produit, prix, distribution, communication

### **Objectifs et compétences visées :**

#### **ü Acquérir les bases théoriques du marketing**

ü Comprendre la démarche marketing, de l'étude de marché, son analyse, les choix stratégiques et le positionnement et la mise en place du mix.

**ü Etre capable d'analyser une situation de marché et de proposer une stratégie marketing et un marketing opérationnel cohérent.**

**Evaluation** : Etude de cas en équipe et QCM individuel

- **Gestion comptable, vision du commerce**

### **Programme :**

- Initiation à la gestion comptable et financière
- L'entreprise et ses outils de gestion

- Découverte de l'entreprise et de ses modes de fonctionnement et de décisions
- Les documents de pilotage de l'entreprise
- Coût, marge et le seuil de rentabilité
- Le mécanisme de la TVA
- Analyser et utiliser les données financières

### **Objectifs et compétences visées**

ü Permettre de dialoguer efficacement avec des directeurs financiers, comprendre l'incidence des décisions commerciales sur les résultats de l'entreprise, décrypter l'information financière disponible sur les entreprises, enrichir les connaissances sur les rouages d'une entreprise et préciser le vocabulaire économique.

ü Se préparer au développement du Business Plan d'une entreprise.

- **Etude de cas pratique n°1 :**

Analyse des procédés, des produits biotechnologiques industriels dans le contexte de l'entreprise. Présentation individuelle d'un cas.

*L'évaluation est réalisée par un jury constitué d'enseignants du domaine commercial et du domaine scientifique (Biotechnologie), de professionnels sur la base d'une présentation orale et de réponses aux questions témoignant de la connaissance dans les domaines disciplinaires choisis.*

**Evaluation :** moyenne d'épreuves de contrôles continus, d'un examen écrit portant sur les notions étudiées dans le cours, d'un examen oral consistant à présenter les aspects techniques et économiques d'une entreprise.

**Intervention :** Professionnels et enseignants-chercheurs dans les domaines commerciaux ciblés.

## **UE Contexte professionnel du métier de commercial 83.5h**

## Descriptif

- **Droit commercial** : Droit appliqué à la négociation commerciale : négocier la conclusion de contrats préparés par le service juridique et gérer la relation avec le client lors de l'exécution du contrat ; Initiation aux appels d'offres

## Programme :

- La connaissance l'environnement juridique
- Le contentieux
- La conclusion et l'exécution d'un marché
- Les parties contractantes
- **Outils des systèmes d'informations et leur utilisation pour et dans le métier de Commercial**

## Programme

- Connaissance de l'organisation d'entreprise : présentation des organisations et outils de la CRM/GRC et utilisation. Pratique opérationnelle et stratégique de différents outils ou supports Préparation à l'embauche, parcours professionnels, CV, entretien
- **Anglais commercial** : mise en situation de négociation en anglais pour l'international

## Programme :

Living, working and negotiating in a multicultural environment

- Identifying cultures with their differences and similarities
- Introduction to a new international culture (without denying the specific cultures).
- **Communication scientifique** : Pratique et mise en situation de la communication adaptée aux interlocuteurs dans l'entreprise

## Programme :

- Une introduction rapide à la communication : une initiation à la démarche communicationnelle
- Analyse critique des supports de communication pour la vente (appareillage, produit, service) en bio-med-techs dont une partie sélectionnée par des étudiants
- Analyse critique et constructive d'interventions orales
- Préparation à la communication écrite du MPA et sa soutenance
- Ecrire un résumé du MPA bref, informatif et agréable efficace !

## Objectifs et compétences visées

- Sensibiliser aux approches de communication
- S'exercer à adapter la teneur scientifique du message à la situation communicationnelle, l'appauvrir ou l'enrichir selon les besoins.
- Communiquer efficacement à l'écrit et à l'oral... d'un point de vue journalistique.

**Evaluation** : examen écrit portant sur des cours théoriques, la réalisation de projets individuels, contrôle continu (oraux), mises en situation.

**Intervention** : Professionnels dans les domaines commerciaux ciblés.

## **UE Stage 20h**

Descriptif

L'objet du stage en alternance est de mettre en pratique l'ensemble des connaissances théoriques et pratiques acquises par l'étudiant notamment dans le domaine commercial, tout en faisant appel à ses solides connaissances scientifiques. Une mission clairement identifiée sera confiée au stagiaire, qui sera en charge de son accomplissement et de la présentation des méthodes mises en oeuvre et des résultats obtenus dans un rapport professionnel d'apprentissage et via une présentation orale. Des consignes précises seront données pour la réalisation du plan et l'élaboration de contenu du rapport d'apprentissage.

## **UE Anglais 20h**

The syllabus of the English course in M2 aims at enabling students to validate 3 competences that will be essential for their working life or for their doctoral studies in the future, at the B2 level: 1°) CAN give a clear presentation on a familiar topic, and CAN answer predictable or factual questions 2°) CAN find relevant information and essential points in written texts 3°) CAN make simple notes that are of reasonable use for essay or revision purposes, capturing most important points." (CEF, appendix D). Reading comprehension can be validated in M1. The course contents are linked to the students' fields of studies.

## ***Laboratoire(s) partenaire(s)***

- [Fabrilabo](#)
- [Comité Interprofessionnel des Fournisseurs du Laboratoire](#)
- [European federation of precision mechanical and optical industries](#)

## ***Lieu de formation***

- Campus Université Grenoble Alpes à Saint-Martin d'Hères

## ***Rythme et durée de la formation***

455 heures

Voir calendrier joint

## ***Coût de la formation***

Dans le cadre d'un contrat d'apprentissage, la formation est gratuite pour l'apprenti-e.

Employeur privé : La prise en charge s'effectue par l'OPCO en fonction de la branche professionnelle de rattachement de l'entreprise.

Pas de reste à charge pour les entreprises du privé.

Employeur public : Coût de 6700 €, les collectivités territoriales bénéficiant d'une prise en charge partielle du coût de la formation via le CNFPT.

Coût minimal public pour les fonctions publiques d'Etat et Hospitalière correspondant à 50% du coût France Compétence ou s'il n'existe pas à 50% du coût d'amorçage de 8766 €