

## MASTER 2 MARKETING-VENTE, PARCOURS MANAGEMENT, RELATION CLIENTS, DIGITAL, QUALITÉ (MRC)

DOMAINE(S) :

**DROIT - ECONOMIE - GESTION**

<b>MENTION</b>	Marketing-Vente (Université Paris-Saclay)
<b>DISCIPLINE(S)</b>	Management Gestion
<b>COMPOSANTE(S)</b>	Institut supérieur de management (ISM-IAE-UVSQ)
<b>SITE(S) D'ENSEIGNEMENT</b>	Guyancourt (Saint-Quentin-en-Yvelines)
<b>FORMATION DIPLÔMANTE</b>	✓
<b>FORMATION INITIALE</b>	✓
<b>FORMATION EN APPRENTISSAGE</b>	✓
<b>FORMATION CONTINUE</b>	✓
<b>FORMATION EN ALTERNANCE</b>	✓

Cette formation vise à former des managers capables de prendre en charge les problématiques opérationnelles et stratégiques de la gestion de la relation et de la satisfaction client. Dans un contexte concurrentiel marqué par les évolutions des modèles d'affaires et par les importantes innovations dans la gestion de la relation client et du comportement du client (consommation digitale, distribution multicanal, digitalisation de la relation clients, réseaux sociaux...), les organisations ont besoin de managers capables de maîtriser toutes les facettes de la relation client afin de proposer des offres de produits et de services innovantes et de qualité.

La formation vise à développer une approche globale et transversale des problématiques de de la relation client et de la satisfaction client, à travers des connaissances académiques et des pratiques professionnelles dans trois champs :

- » Le management général (stratégie, innovation, conduite du changement, management de projet...) et le management international ;
- » Le marketing et la gestion de la relation client (marketing expérientiel, digitalisation de la relation client, CRM...);
- » Le management de la qualité (certification, amélioration des process, suivi de la qualité, audit...).

## Spécificités de la formation

---

La formation est organisée en alternance ce qui permet aux étudiants de mener une mission opérationnelle (dans le champ de la relation client, du marketing, de la gestion commerciale, de la qualité...) tout en faisant l'acquisition de connaissances académiques et méthodologiques.

La formation est dispensée et organisée en partenariat avec l'Ecole Sup de Vente de la CCI Paris-Ile-de-France. Les enseignements sont dispensés pour moitié à l'ISM-IAE Versailles et pour moitié à l'Ecole Sup de Vente (Saint-Germain-en-Laye)

## Compétences développées

---

A l'issue de cette formation, les étudiants doivent être capables de :

- » Elaborer une stratégie Relation client notamment dans un contexte de service et de transformation digitale : assurer la veille concurrentielle et technologique, piloter ou co-piloter une vision stratégique de la relation client, fixer des objectifs et donner du sens, animer et fédérer les collaborateurs et les partenaires afin d'atteindre les objectifs en terme de satisfaction clients.
- » Concevoir et piloter les démarches et outils de gestion de la relation client notamment dans un contexte de prestations de services et de transformation digitale : développer les politiques et les pratiques marketing et commercial, en phase avec la stratégie globale, allouer les ressources, appliquer et mettre en œuvre les outils et démarches de gestion de la relation client, piloter les processus clés de gestion de la relation client et de l'expérience client.
- » Piloter un centre de profit dans un contexte de service et de fonction support : gérer un budget, contrôler et mesurer la performance, estimer les impacts financiers ; auditer, analyser et évaluer les risques inhérents aux relations clients et à la satisfaction client.
- » Formuler et déployer les démarches et outils de la gestion de la qualité de la relation client : définir les indicateurs qualité, déployer des démarches de certification, appliquer et respecter les normes et les règles, suivre les indicateurs de performance, élaborer les plans de correction, partager les diagnostics avec les autres directions notamment Marketing et Commercial.
- » Animer et piloter une équipe (dimensions organisationnelles et humaines) et être capable de s'intégrer et/ou d'impulser une démarche collective : fixer des objectifs, motiver les collaborateurs, conseiller et négocier avec les collaborateurs, gérer les conflits, évaluer les collaborateurs, gérer l'organisation du travail et les transformations, développer le relationnel et leadership, développer ses propres compétences comportementales et ses compétences métiers.
- » Définir et conduire un projet de changement au sein d'une organisation notamment dans un contexte de service et de transformation digitale : élaborer les plans de management de projet, coordonner la mise en œuvre des axes du projet, gérer les transformations, élaborer des plans de communication, animer et fédérer les équipes, gérer les relations avec les donneurs d'ordre.

## Conditions d'admission

---

La formation est dispensée en 2 années. Toutefois il est possible d'intégrer directement le Master 2 si le projet professionnel et le parcours antérieur sont cohérent avec les objectifs de la formation.

La formation est également ouverte à des étudiants ayant déjà validé un Master 2 dans d'autres champs disciplinaires (scientifique, juridique, technologique, linguistique...) et qui souhaitent acquérir une double compétence.

La formation étant en alternance, il est également requis une première expérience en entreprise (sous forme de stage ou de mission en alternance) ainsi qu'une aptitude pour mener de front une formation académique et une mission d'apprentissage.

La sélection se fait sur dossier et entretien. Les critères de sélection sont :

- » La qualité du dossier académique dont le niveau d'anglais et la culture générale et économique (score IAE-Message fortement recommandé) ;
- » La cohérence du projet professionnel avec l'orientation de la formation ;
- » Le savoir-être ;
- » La capacité à obtenir et à mener à bien une mission d'alternance de niveau Master.

## Inscription

---

Le dossier de candidature est à déposer sur la **plateforme en ligne Inception**.

Deux sessions de candidature sont prévues :

- » Session 1
- » Dépôt des dossiers de candidature : entre le 24 février 2020 et le 14 avril 2020
- » Entretien de motivation : le 23 avril 2020
  
- » Session 2
- » Dépôt des dossiers de candidature : entre le 20 avril 2020 et le 18 mai 2020
- » Entretien de motivation : le 26 mai 2020

## Inscription en formation continue

---

La formation est accessible au titre de la formation continue dans le cadre d'une reprise d'études.

> Dossier de candidature pour la formation continue

Le diplôme est également accessible par le dispositif de VAE (Validation des Acquis de l'Expérience).

> Dossier de recevabilité de validation des acquis de l'expérience

> Formulaire Cerfa 12818\*02 à joindre à votre demande de recevabilité

> Télécharger la grille tarifaire de nos formations

## Contenu de la formation

---

Le programme de Master 2 vise à donner l'ensemble des connaissances et expériences nécessaires à l'exercice des métiers et fonctions dans les champs du management de la Relation client, du Digital et de la Qualité.

Le programme est structuré en 21 Unités d'Enseignements représentant 420 h de formation en face à face. Le programme de formation est complété par la réalisation d'une mission en alternance dans un domaine de spécialité du master (management, management de la relation client, management de la qualité, projet de digitalisation, etc.).

Le rythme d'alternance est hebdomadaire avec, en moyenne, 1 semaine de cours / 2 semaines en entreprise.

### **Semestre 1**

UE 1 : Management stratégique et stratégies internationales

UE 2 : Management des équipes

UE 3 : Management du changement

UE 4 : Stratégie marketing des entreprises de services

UE 5 : Développement commercial multicanal et cross canal

UE 6 : Conduite d'affaires et négociation

UE 7 : Gestion de la relation client et fidélisation

UE 8 : Anglais des affaires

UE 9 : Contract management

UE 10 : Management de projet-1

UE 11 : Méthodologie de recherche en management

### **Semestre 2**

UE 12 : Business modèle du e-commerce et expérience utilisateur

UE 13 : Stratégies digitales et mobile

UE 14 : Démarches et outils qualité de gestion de la relation client

UE 15 : Qualité et digitalisation de la relation client

UE 16 : Normes et certification de la gestion de la relation client

UE 17 : Management interculturel et séminaire international

UE 18 : Anglais des affaires

UE 19 : Management de projet-2

UE 20 : Simulation d'entreprise

UE 21 : Mission et mémoire de fin d'études

## **Contrôle de connaissances**

---

Tous les enseignements sont évalués par le biais du contrôle continu.

## **Stages**

---

La formation est exclusivement en alternance. Le rythme d'alternance est hebdomadaire avec, en moyenne, 1 semaine de cours / 2 semaines en entreprise.

Pour un accès en Master 2, il est nécessaire de signer un contrat d'alternance d'une durée de 12 mois pour une mission en lien avec les orientations professionnelles de la formation.

## **Perspectives professionnelles**

---

Les principaux postes ou fonctions visés par le parcours Management de la Relation Client, Digital & Qualité sont :

- » Responsable de service relation client, Chef de projet service client
- » Responsable assurance qualité client, Auditeur, Coordinateur qualité, Analyste satisfaction client
- » Responsable Expérience Client, Responsable utilisateurs (UX)
- » Responsable de développement commercial, responsable administration des ventes,
- » Responsable de la relation clientèle, Responsable du service clients, Responsable service consommateurs
- » Customer Relationship Manager (CRM), chef de projet CRM, Responsable e-CRM
- » Responsable de l'excellence opérationnelle, Responsable service après-vente
- » Chef de produit, Chef de projet marketing

Les diplômés du Master occupent des postes de cadres opérationnel ou de consultants dans des fonctions de :

- » La Qualité : audit, certification, normalisation, pilotage de processus, etc.
- » La gestion de la Relation Client : suivi de la satisfaction client, support commercial, gestion de service relation client, etc.
- » La gestion de projet et la conduite du changement : chef de projet, coordinateur projet, etc.

Pour plus de précisions, téléchargez :

- la fiche devenir professionnel réalisée à partir de l'enquête menée auprès des diplômés 2016 de ce Master.
- la liste des emplois et missions occupés 30 mois après le Master par les promotions 2008 à 2016

## Adresses et coordonnées

---

### Adresse

ISM - IAE Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines  
47 Boulevard Vauban - 78047 Guyancourt cedex

Pour toute information d'ordre pédagogique ou de scolarité, contacter en priorité l'enseignant responsable ou le secrétariat dont les coordonnées figurent ci-dessous.

### Responsable de la formation (groupe Sup de Vente)

Mourad Attarça  
mourad.attarca@uvsq.fr

### Responsable de la formation (groupe Promeo)

Philippe Hermel  
philippe.hermel@uvsq.fr

### Gestionnaire de scolarité (groupe Sup de Vente)

Corinne Khalfi  
corinne.khalfi@uvsq.fr  
01 39 25 53 07

Bureau 421 - Bât. Vauban

**Pour toute information relative aux modalités d'alternance**

(contrat d'apprentissage), contactez :

Marie Vadbled, Ecole Sup de Vente

[mvadbled@supdevente.fr](mailto:mvadbled@supdevente.fr)

**Formation continue**

[candidaturefc.ism@uvsq.fr](mailto:candidaturefc.ism@uvsq.fr)

[vae.ism@uvsq.fr](mailto:vae.ism@uvsq.fr)

Tél. : 01 39 25 50 59

Bureau 423 - Bât. Vauban

**Direction des Études, de la Formation et de l'Insertion Professionnelle (DEFIP)**

**Service Orientation et Insertion Professionnelle**

Tél : 01 39 25 56 10

[orientationsqy.defip@uvsq.fr](mailto:orientationsqy.defip@uvsq.fr)