

M1 MRC

*Ce diplôme est délivré
par l'université Paris-Saclay*



Master 1^{ère} année Mention Marketing - Vente Parcours Management de la Relation Client, Digital & Qualité

Le Master 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 (digitale, distribution multicanal, réseaux sociaux...), les organisations ont besoin de **managers capables de maîtriser toutes les facettes de la relation client** pour proposer des offres de produits et de services innovantes et de qualité.

en partenariat avec



www.ism-iae.uvsq.fr



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

- le management général et international ;
- le marketing, le marketing digital et la gestion de la relation client ;
- le management de la qualité de la relation client.

Perspectives professionnelles

Les principaux postes ou fonctions visés 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 ;

Compétences développées

- **Maîtriser les démarches et techniques du management commercial** (diagnostic, élaboration d'une stratégie commerciale, conduite de projet, gestion d'équipes, négociation, etc.)
- **Maîtriser les techniques d'analyse marketing** (gestion d'une portefeuille d'offres, analyse de données de panels, analyses de données qualitatives, élaboration d'une politique et d'un plan marketing...)
- **Maîtriser les outils de gestion de la qualité et de la relation client** (CRM, audit, certification, indicateurs qualité...)
- **Sensibiliser aux évolutions technologiques et aux innovations** dans la gestion de la relation client (digital, e-commerce, réseaux sociaux, IA, etc.).



Spécificités de la formation

La formation est dispensée exclusivement en alternance, permettant aux étudiants de **mener une mission opérationnelle** (dans les métiers visés par la formation) tout en faisant l'**acquisition de connaissances académiques et méthodologiques**. La mission d'alternance est de 12 mois avec un rythme de : 1 semaine de formation / 2 semaines en entreprise.

Le programme de formation répond aux **exigences académiques** en terme d'apports de connaissances tout en permettant une **forte professionnalisation** notamment via l'alternance. La moitié environ des enseignements sont dispensés par des praticiens et des experts, l'autre moitié étant dispensée par des enseignants-chercheurs.



Programme



Management 1

Management stratégique et business plan

Théorie des organisations

Marketing fondamental

Marketing international

Comportement du consommateur

Etudes et recherches marketing

Outils du marketing

Statistiques descriptives

Pratiques d'enquête marketing

Management de l'innovation

Innovation des services et B2B

Management de propriété intellectuelle

Compétences linguistiques 1

Business English



Management 2

Design management

Management de projet

Marketing appliqué

Marketing de l'innovation

Distribution et Achats

Compétences linguistiques 2

Business English

Méthodologie de mémoire

Modules de pré-orientation

Système de management de la qualité

Normes et certification qualité

Outils et démarches qualité

Pilotage de la performance commerciale

Candidature

La formation est ouverte à des étudiants possédant les prérequis nécessaires en management et en gestion des entreprises. Elle s'adresse à des étudiants ayant validé ou en cours de validation d'une Licence en économie-management ou en commerce, ou ayant un diplôme équivalent.

Sous réserve d'un projet professionnel cohérent, la formation est également ouverte à des étudiants issus d'autres champs disciplinaires (administration économique et social, sciences sociales, langues étrangères, droit...) et souhaitant s'orienter vers les métiers de la relation client et du marketing.

La formation étant en alternance, il est également requis une première expérience en entreprise (sous forme de stages ou de missions en alternance) dans les métiers visés par le master, ainsi qu'une aptitude à mener de front une formation académique et une mission d'alternance.

Dates de candidature :

- *Dépôt des candidatures **du 26 février au 24 mars 2025** sur la plateforme en ligne :*

<https://www.monmaster.gouv.fr/>

CONTACTS

Responsable pédagogique

Younès El Manzani

younes.el-manzani@uvsq.fr

Gestionnaire de scolarité

Céline Maupas

celine.maupas@uvsq.fr