

Ce diplôme est délivré par l'université Paris-Saclay

Master 2^{ème} année mention Marketing - Vente 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.

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.

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 termes 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.



La formation est ouverte à des étudiants ayant validé ou en cours de validation d'un Master 1 en management, si possible avec une spécialisation en marketing, management commercial, stratégie des entreprises, ou des spécialités équivalentes.

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

La formation étant en alternance, il est également requis une expérience significative 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 :

- **Candidatures du 1^{er} mars au 17 avril 2023 puis du 25 avril au 22 mai 2023.**

Programme

Semestre 1

Bloc 1 : Management approfondi (8 ECTS)

UE 1 : Management stratégique et stratégies internationales

UE 2 : Management des équipes

UE 3 : Management du changement

Bloc 2 : Marketing et commercial (8 ECTS)

UE 4 : Stratégie marketing des entreprises de services

UE 5 : Développement commercial multi-canal et cross canal

UE 6 : Conduite d'affaires et négociation

UE 7 : Gestion de la relation client et fidélisation

Bloc 3 : Compétences transversales et méthodologiques (14 ECTS)

UE 8 : Anglais des affaires

UE 9 : Contract management

UE 10 : Management de projet-1

UE 11 : Méthodologie de recherche en management

Bloc 4 : Stratégies digitales et relation client (4 ECTS)

UE 12 : Marketing digital

UE 13 : Stratégies digitales et mobile

Bloc 5 : Management de la qualité & de la relation client (6 ECTS)

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

UE 15 : Qualité et digitalisation de la relation client

UE 16 : Digitalisation et expérience client

Bloc 6 : Management interculturel (6 ECTS)

UE 17 : Management interculturel et séminaire international

UE 18 : Anglais des affaires

Bloc 7 : Compétences transversales et méthodologiques (14 ECTS)

UE 19 : Management de projet-2

UE 20 : Innovations managériales

UE 21 : Distribution et digital

UE 22 : Mission et mémoire de fin d'études

Perspectives professionnelles

Les principaux postes ou fonctions visés sont :

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

CONTACTS

Responsable pédagogique

Mourad Attarça - mourad.attarca@uvsq.fr

Gestionnaire de scolarité

Piarrine Perrier - aurore.perrier@uvsq.fr