

M2 MRC

Ce diplôme est délivré
par l'université Paris-Saclay



Master 2^{ème} année Mention Marketing - Vente Parcours Management de la Relation Client, Digital & Qualité

Le Master MRC 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 innovants et de qualité.

en partenariat avec
sup de V
Vente et Management
Apprentissage
Formation Initiale
Formation continue

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 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.

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.

Programme

Management approfondi

Management stratégique et stratégies internationales

Innovations managériales

Management du changement

Marketing et commercial

Stratégie marketing des entreprises de services

Développement commercial multi-canal et cross canal

Conduite d'affaires et négociation

Gestion de la relation client

Anglais des affaires 1

Gestion de la relation client et fidélisation

Conférences professionnelles

Compétences transversales et méthodologiques - 1

Management de projet-1

Méthodologie de recherche en management

Stratégies digitales et relation client

Stratégies digitales et business modèle du e-commerce

Management de la qualité & de la relation client

Démarches et outils qualité de gestion de la relation client

CRM et digitalisation de la relation client

Nouvelles approches de la qualité

Management international et interculturel

Management interculturel et séminaire international

Compétences linguistiques

Anglais des affaires 2

Compétences transversales et méthodologiques - 2

Management de projet-2

Simulation d'entreprise

Mission de professionnalisation et mémoire

Mission et mémoire de fin d'études

Candidature

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 20 janvier au 24 mars 2025.**

CONTACTS

Responsable pédagogique

Mourad Attarça

mourad.attarca@uvsq.fr

Gestionnaire de scolarité

Céline Maupas

celine.maupas@uvsq.fr