

M2 MRC

Ce diplôme est délivré
par l'université Paris-Saclay

Master 2^{ème} année

Mention Marketing - Vente

Parcours Management de
la Relation Client, Qualité et
Digitalisation

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.

Cette formation vise à former des managers capables de prendre en charge les problématiques opérationnelles et stratégiques de la gestion de la relation client et de l'expérience client.

Perspectives professionnelles

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 (stratégie, innovation, conduite du changement, management de projet, etc.) 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...).

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'un 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

Formuler des stratégies et gérer les transformations

Stratégie et responsabilité sociale des entreprises - 2 ECTS

Innovations et design thinking - 2 ECTS

Management du changement et des transformations - 2 ECTS

Formuler et déployer des stratégies marketing

Stratégie marketing des entreprises de service - 2 ECTS

Marketing digital - 2 ECTS

Marketing & social media - 2 ECTS

Organiser et gérer la digitalisation de la distribution

Développement commercial multi-canal et cross canal - 2 ECTS

Distribution et digitalisation - 2 ECTS

E-commerce - 1 ECTS

Savoir négocier et développer des affaires complexes

Conduite d'affaires et négociation - 2 ECTS

International Business Development - 2 ECTS

Savoir gérer la qualité de la relation client

Excellence opérationnelle - 1 ECTS

Gestion de la qualité de la relation client - 2 ECTS

Savoir gérer la relation et l'expérience client

Web analytics, Business Intelligence et Big Data - 2 ECTS

Satisfaction et fidélisation client - 1 ECTS

Gestion de l'expérience client - 2 ECTS

Savoir évoluer dans un contexte international

Anglais des affaires - 4 ECTS

Management interculturel & séminaire international (mobilité courte) - 5 ECTS

Développer des compétences transversales et méthodologiques

Management de projet 1 - 4 ECTS

Management de projet 2 - 2 ECTS

Méthodologie de recherche en management - 2 ECTS

Mission et mémoire de fin d'études - 14 ECTS

Candidature

- Avoir validé une L3 ou un bachelor dans le domaine de la gestion, management, marketing
- Avoir acquis l'expertise pratique et théorique des disciplines cœur du M1 au sein des licences pré-requeses
- Avoir un projet personnel et professionnel cohérent avec la formation
- Avoir possiblement fait un ou plusieurs stages / alternance pour des missions en lien avec la formation
- Avoir des compétences méthodologiques, argumentatives et rédactionnelles
- Faire preuve de dynamisme, de curiosité intellectuelle et d'autonomie
- Avoir un goût pour la recherche et la démarche scientifique
- Faire preuve d'ouverture d'esprit avec des centres d'intérêt variés

Dates de candidature :

Dates de candidature du 30/01/2026 au 30/05/2026.

CONTACTS

Responsable pédagogique

Mourad Attarça
mourad.attarca@uvsq.fr

Gestionnaire de scolarité

Céline Maupas
celine.maupas@uvsq.fr

