Demande de renouvellement d'habilitation d'un parcours

Pour la période de 2018 -2019 à 2021 - 2022

|  |  |
| --- | --- |
| Université : Manouba | Etablissement : ESC Tunis |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Licence | Appliquée | …………………………………………………………… |
|  | …………………………………………………………… |
|  |  |  |
| Mastère | Professionnel | Gestion de la Relation Client |
| De Recherche | …………………………………………………………… |

A soumettre à la Commission Nationale Sectorielle : Sciences de Gestion

1- Identification, du parcours

1-1- Rattachement du parcours

|  |  |
| --- | --- |
| Domaine de formation | Sciences de Gestion |
| Mention (s) | **Marketing** |
| Parcours (ou spécialité) (1) | **Gestion de la relation client (GRC)** |
| Date de démarrage de la formation | **Septembre 2018****Responsable : Mr Khaled Ben Ali**  |

1-2- Objectifs de la formation (compétences, savoir-faire, connaissances)

|  |
| --- |
| Cette formation est destinée à former des cadres de haut niveau en gestion de la relation client, autrement dit en développement et fidélisation de la clientèle, axe central du développement stratégique de toute entreprise de nos jours à l'échelle nationale et internationale.Elle couvre donc tous les aspects de la gestion de la relation client en mettant l'accent sur les outils scientifiques de gestion de l'information et des données. Les étudiants développeront ainsi des compétences dans le management de la relation client, le management des ressources humaines, le marketing relationnel, le marketing digital, la dimension technologique de la gestion de la relation client (informatique, solution CRM, architecture réseaux) ainsi que les techniques et technologies de gestion des données (data mining, management des systèmes d'information).L'objectif est également de développer chez les étudiants une culture générale économique leur permettant de mieux appréhender leur environnement professionnel national et international, ainsi qu'une aptitude au travail en équipe, au développement personnel, à la gestion des conflits et au leadership.A l'issue de leur parcours, les étudiants auront également reçu une formation poussée en langues (français et anglais) qui leur aura permis de développer leur capacité rédactionnelle et de diction. |
|  |

1-3- Conditions d'accès à la formation et pré-requis

|  |
| --- |
| Nature du bac: Mathématiques, sciences, économie; Nombre d'étudiants:30 par promotion |
| **Pré-requis: la formation est destinée aux candidats titulaires de licences fondamentales et appliquées en économie, gestion et informatique appliquée à la gestion. Une parfaite maîtrise de la langue française est exigée. Une bonne maîtrise de l'anglais est souhaitée.** |

1-4- Perspectives professionnelles du parcours

|  |
| --- |
| Les futurs diplômés seront destinés à occuper des fonctions telles que: |
| * Expert / consultant en Gestion de la relation client dans un cabinet de conseil en marketing
* Directeur marketing
* Responsable marketing relationnel/direct
* Responsable Gestion de bases de données
* Responsable / Directeur du Service clients
* Responsable / Directeur CRM
* Responsable de centres de contact
 |

1-5- Perspectives de poursuite d'études supérieures pour les étudiants les plus distingués

|  |
| --- |
| ………………………………………………………………………………………………………… |
| ………………………………………………………………………………………………………… |

2- Descriptif détaillé du parcours

**Modèle de présentation d'un Parcours LMD**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Université : Manouba** | **Etablissement : ESC de Tunis** | **Licence**  |  | **Gestion de la Relation Client** **(GRC)** |
| **Mastère** | **Professionnel** |
| **Domaine de formation : Sciences de Gestion** | **Mention** | **Marketing** |

**Semestre 1**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **N°** | **Unité d'enseignement** | **Type de l'UE (Fondamentale / Optionnelle)** | **Elément constitutif d'UE (ECUE)** | **Volume des heures de formation présentielles (14 semaines)** | **Nombre des Crédits accordés** | **Coefficients** | **Modalité d’évaluation** |
| **Cours** | **TD** | **TP** | **Autres** | **ECUE (le cas échéant)** | **UE** | **ECUE (le cas échéant)** | **UE** | **Contrôle continu** | **Régime mixte** |
| 1 | Management etContrôle de gestionStratégiques | UEF | - Pratiques et stratégies de l'entreprise-Contrôle de gestion stratégique | 4228 |  |  |  | 33 | 6 | 32 | 5 |  | XX |
| 2 | Marketing I | UEF | - Community Management | 42 |  |  |  | 3 | 6 | 3 | 5 |  | X |
| - Techniques de vente et négociation commerciale | 28 |  |  |  | 3 | 2 |  | X |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 3 | Culture générale et soft skills | UEF | - Droit des contrats | 28 |  |  |  | 3 | 6 | 2 | 4 |  | X |
| - Environnement économique de l'entreprise | 28 |  |  |  | 3 | 2 |  |  |
| 4 | Communication et langues | UEF | - Atelier de français I | 28 |  |  |  | 3 | 6 | 2 | 4 |  | X |
| - Business communication I | 28 |  |  |  | 3 | 2 |  |  |
| 5 | UE Optionnelle | UEO |  |  |  |  |  |  | 6 |  | 4 |  |  |
| UEO 1 Fondements du marketing (au choix)UEO 2: Informatique générale (au choix)UEO 3: Veilleet intelligence économique (obligatoire) | 282828 |  |  |  | 333 | 222 |  |  |
|  | Total |  |  | 308h |  |  |  |  | 30 |  | 22 |  |  |

**Semestre 2**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **N°** | **Unité d'enseignement** | **Type de l'UE (Fondamentale / Optionnelle)** | **Elément constitutif d'UE (ECUE)** | **Volume des heures de formation présentielles (14 semaines)** | **Nombre des Crédits accordés** | **Coefficients** | **Modalité d’évaluation** |
| **Cours** | **TD** | **TP** | **Autres** | **ECUE (le cas échéant)** | **UE** | **ECUE (le cas échéant)** | **UE** | **Contrôle continu** | **Régime mixte** |
| 1 | Culture générale et soft skills | UEF | - Problèmes économiques contemporains- Leadership | 2828 |  |  |  | 22 | 4 | 22 | 4 |  | X |
| 2 | Gestion de la relation client | UEF | - Management de la relation client- Stratégies commerciales | 2828 |  |  |  | 33 | 6 | 22 | 4 |  | X |
| 3 | TIC et formation opérationnelle | UEF | - Analyse financière de l'entreprise - TIC | 2828 |  |  |  | 33 | 6 | 22 | 4 |  |  |
| 4 | Méthodes quantitatives et qualitatives appliquées | UEF | - Méthodes statistiques appliquées | 28 |  |  |  | 4 | 4 | 2 | 2 |  | X |
| 5 | Communication et langues | UEF | - Atelier de français II | 28 |  |  |  | 3 | 6 | 2 | 4 |  | X |
| - Business communication II | 28 |  |  |  | 3 | 2 |  |  |
| 6 | UE Optionnelle | UEO | - Management des équipes (option obligatoire) | 28 |  |  |  | 2 | 4 | 2 | 4 |  | X |
| - Job marketing (option obligatoire) | 28 |  |  |  | 2 | 2 |  |  |
|  |  |  |  | 308h |  |  |  |  | 30 |  | 22 |  |  |

**Semestre 3**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **N°** | **Unité d'enseignement** | **Type de l'UE (Fondamentale / Optionnelle)** | **Elément constitutif d'UE (ECUE)** | **Volume des heures de formation présentielles (14 semaines)** | **Nombre des Crédits accordés** | **Coefficients** | **Modalité d’évaluation** |
| **Cours** | **TD** | **TP** | **Autres** | **ECUE (le cas échéant)** | **UE** | **ECUE (le cas échéant)** | **UE** | **Contrôle continu** | **Régime mixte** |
| 1 | Marketing II | UEF | - Marketing international | 42 |  |  |  | 3 | 6 | 3 | 5 |  | X |
| - D-marketing relationnel | 28 |  |  |  | 3 | 2 |  |  |
| 2 | Management de la qualité et des ressources humaines | UEF | - Management de la qualité des services | 28 |  |  |  | 3 | 6 | 2 | 4 |  | X |
| - Management des ressources humaines et E-RH | 28 |  |  |  | 3 | 2 |  |  |
| 3 | Management | UEF | - Management de la production  | 28 |  |  |  | 3 | 6 | 2 | 4 |  | X |
| - Management des systèmes d'information | 28 |  |  |  | 3 | 2 |  |  |
| 4 | Technologie des centres de contact | UEF | - Architecture réseaux et solutions CRM- Base de données | 4228 |  |  |  | 33 | 6 | 32 | 5 |  | X |
| 5 | UE Optionnelle | UEO | - Métiers du télémarketing (Option au choix)- E-CRM (au choix)- Gestion de projet (Option obligatoire) | 2828 |  |  |  | 33 | 6 | 22 | 4 |  | X |
| 28 |  |  |  | 3 | 2 |  |  |
|  |  |  |  | 308h |  |  |  |  | 30 |  | 22 |  |  |

3- Descriptif des stages et des activités pratiques de fin d'études (objectifs, organisation, durée, lieu, activités, rapport de stage, soutenance de mémoire, valeurs en crédits, validation….)

|  |
| --- |
| Un stage en milieu professionnel doit être effectué au courant du quatrième semestre, d'une durée de 14 semaines. Ce stage sera par la suite validé par l'élaboration d'un projet de fin d'études sous la direction d'un encadreur issu du milieu universitaire et d'un encadreur issu du milieu professionnel. |

4- Interliaisons entre les semestres du parcours, passerelles, évaluation et progression

|  |
| --- |
| Les enseignements par semestre sont organisés par ordre de spécialisation croissante; de cette manière, les UE enseignées au cours de chaque semestre constituent un pré-requis pour la compréhension des UE du semestre suivant. |
|  |

5- Liste des enseignants et des autres compétences participants aux activités de formation

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Nom / Prénoms | Grade et spécialité | UE concernées |
| 1.- De l'établissement | Achraf Kharrat | Maître-assistante en Management | Pratiques et stratégies de l'entreprise |
| Souad Chouk | Maitre assistante en Management | Veille et intelligence économique |
| Khaled Ben Ali | Maître-assistant en Marketing | Community ManagementD-marketing relationnelManagement des systèmes d'information |
| Samir Jemmali | Maitre assistant en Droit | Droit des contrats |
| Ines Hadj Said | Maître assistante en Marketing | Marketing international |
| Nadia Cheriha | Maître assistante en Economie | Management de la production |
| Sameh Mallek | Maitre-Assistante en Management | Management des ressources humaines et E-RH |
| RihabBellakhal | Maître-Assistante en Méthodes Quantitatives | Méthodes statistiques appliquées |
| BalkisErnez | Maitre-Assistante en Marketing | Job Marketing |
| Monem Gherairi | Maitre-Assistant en Management | Contrôle de gestion stratégique |
| Zied Saadaoui | Maitre Assistant en Economie | Environnement économique de l'entrepriseProblèmes économiques contemporains |
| Nejla Sfar Zendah | Maître-Assistante en Marketing | Techniques de vente et de négociationFondements du marketing |
| Melek Belhoula | Maitre-Assistant en Finance | Analyse financière de l'entreprise |
| Sonia El Euch | PES | Français IFrançais II |
| Soumaya El Melki | PES | Business communication I& II |
| 2- D'autres établissements universitaires (à préciser) | Nader Kolsi | Maître-assistant en Informatique | Base de donnéesInformatique générale |
| 3- Non universitaires (à préciser) | Foued Cheraga | Directeur Général Exécutif Tunis Call Center | Management de la relation clientStratégies commercialesArchitectures réseaux et solutions CRMMétiers du télémarketing |
| Larbi Ben Youssef |  | Gestion de projet |
| Melika Zenati | Centre National Informatique (CNI) | **Management des équipes****Leadership****Management de la qualité des services** |

6- Equipements pédagogiques et locaux

6-1- Equipements disponibles

|  |
| --- |
| Une salle de cours équipée de 20 PC de bureau avec micro-casques et connexion à internetEnseignement à distanceInterventions d’expertsVisio-conférences |

6-1- Equipements prévus

|  |
| --- |
|  |
|  |

7- Partenariat (préciser la nature des partenariats et ses modalités)

7-1- Partenariat universitaire

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Etablissement | Activités | Nature et modalités des partenariats |
|  |  |  |
|  |  |  |

7-2- Partenariat avec le milieu professionnel, économique et social

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Etablissement | Activités | Nature et modalités des partenariats |
| Orange Tunisie (en cours de discussion) | Téléphonie Mobile | Animation d'ateliers / conférencesStage |
| Business & Décision Tunisie (en cours de discussion) | Expert Data | Animation d'ateliers / conférencesStage |

7-3- Autres types de Partenariat (à préciser)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Etablissement | Activités | Nature et modalités des partenariats |
|  |  |  |
|  |  |  |

|  |
| --- |
| Avis et visas |
| Le Doyen / Directeur de d'établissement |
| Le conseil scientifique de l’ESC de Tunis, réuni le 08/03/2018, a donné son avis favorable pour la création du Master Professionnel en Marketing « Gestion de la Relation Client».Approuvé X Non approuvéMotifs du refus …………………………………...…………………………………...………………………………………………………………………………………….Date, Signature et cachet du chef d'établissement |
| Le Président de l'Université |
| L'avis du conseil de l'université doit se baser sur les critères de qualité, d'adaptabilité, et d'efficacité. Il doit favoriser l'exploitation optimale des ressources humaines et matérielles au niveau de l'université.Approuvé Non approuvéMotifs du refus …………………………………...…………………………………...………………………………………………………………………………………….Date, Signature et cachet du Président de l'Université |