

MASTER

# M1 MARKETING ET CRM M2 DATA MINING ET RELATION CLIENT

## PERSPECTIVES PROFESSIONNELLES

Chef de projet CRM, consultant CRM, chargé d'études Data Mining, consultant marketing, chargé d'études marketing, directeur des études, responsable relation client, directeur relation client, customer relationship manager, data miner data analyst, consultant CRM fonctionnel.

## PRÉSENTATION GÉNÉRALE

Ce parcours se compose :

**M1 : Marketing et CRM**

**M2 : Datamining et Relation Client (DMRC)**

Ce Master apporte aux étudiants une **formation qui couvre les différentes facettes du management de la relation client (CRM)** en mettant l'accent sur le développement et l'utilisation des outils statistiques de data mining : stratégies marketing et relation client, segmentation et ciblage, études marketing quantitatives, gestion de bases de données clientèle, modélisation et prévision du comportement de la clientèle, data mining, CRM opérationnel et pilotage de la relation client.

L'équipe pédagogique est constituée d'un pool d'enseignants chercheurs, spécialistes du domaine de la vente et du commerce, ou du domaine du marketing, de la communication et des études, de la relation client et du data mining, ainsi que de nombreux professionnels garants d'une formation en prise directe avec la pratique professionnelle. Des intervenants professionnels de haut niveau participent aux diverses activités pédagogiques sous forme de cours et de conférences, mais également dans le cadre des soutenances de mémoire, du tutorat de stages et des entretiens de sélection.

## OBJECTIFS DE LA FORMATION

Le Master Data Mining et Relation Client proposé à Montpellier Management a pour objectif de préparer efficacement les étudiants à leur insertion dans le monde professionnel. Il se caractérise par une préparation intensive à un métier grâce à des enseignements spécialisés et des stages en entreprise.

- > En M1 la durée du stage recommandée est de 3 mois (8 semaines minimum) à partir d'avril.
- > En M2 la durée du stage recommandée est de 6 mois (4 mois minimum) à partir de janvier.

## CONDITIONS D'ACCÈS

### MASTER 1 :

- > Pour tous les étudiants, en fonction des pré-requis : recrutement sur test national SCORE-IAE-MESSAGE (SIM) et sur dossier de candidature.

Les étudiants doivent s'inscrire à la fois sur :

**<http://www.umontpellier.fr/formation/admission-et-inscription/>**, à partir de fin avril et sur SCORE-IAE-MESSAGE (SIM) ([www.iae-message.fr](http://www.iae-message.fr)). (pré-requis : licence intégrant des enseignements intensifs en statistique et marketing vente).

### MASTER 2 :

- > Pour les étudiants ne provenant pas du M1 MCRM, présélection sur dossier de candidature, au vu des diplômes et du parcours universitaire ou professionnel.
- > Sélection définitive (juin - juillet) sur entretien.

Les candidats doivent s'inscrire sur :

**<http://www.umontpellier.fr/formation/admission-et-inscription/>**, à partir de fin avril.

## PARCOURS DATA MINING ET RELATION CLIENT

Il est ouvert en formation initiale, par apprentissage (1) et en formation continue.



MASTER

# M1 MARKETING ET CRM M2 DATA MINING ET RELATION CLIENT

## PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS

### MASTER 1

#### SEMESTRE 1

Management stratégique, E-management, Business plan, Statistique Appliquée à la Gestion, **Business to Business Marketing**, Droit, Marketing, Management des Ressources Humaines, Anglais, LV 2 facultative.

#### SEMESTRE 2

Création de sites web, Anglais, Stage de 2 à 6 mois, Stratégies Marketing, Statistique Appliquée au Marketing, Modélisation CRM, Applications Informatiques CRM, Customer Relationship Management, LV2 facultatif, Pré-mémoire de recherche facultatif.

### MASTER 2

#### SEMESTRE 3

- > **Stratégies marketing et relation client** : Marketing stratégique, stratégies et outils de la relation client, marketing relationnel et fidélisation.
- > **Innovation et internationalisation** : Gestion de projets marketing, marketing et innovation, marketing international.
- > **Collecte et traitement des données** : systèmes de gestion des données et outils informatiques, pratique des logiciels d'Analyse des Données, Social network marketing.
- > **Modélisation de la relation client** : Techniques de régression appliquées au CRM, analyse prédictive du comportement des clients, **multidimensional statistics**.
- > **Pratique du management de la relation client** : Techniques de data mining appliquées, CRM opérationnel, pratique des systèmes de pilotage de la relation client.

#### SEMESTRE 4

- > Stage à partir de janvier d'une durée recommandée de 4 à 6 mois avec rédaction d'un mémoire et soutenance.

## QUELQUES PARTENAIRES

- > Entreprises des Produits de Grande Consommation, de l'Industrie, et des Services,
- > Banques,
- > Sociétés de Conseil en Marketing et Agences de Communication.



Cours en anglais

\* wonderful - Crédits photos : Marc Gailliet

## CONTACTS

INSTITUT MONTPELLIER MANAGEMENT

M1 MCRM : DIRECTEUR PÉDAGOGIQUE :

Hugues Fournel : hugues.fournel@umontpellier.fr

M2 DMRC : DIRECTEUR PÉDAGOGIQUE :

Françoise Seyte : francoise.seyte@umontpellier.fr

GESTIONNAIRE : Virginie Perrotta et Yannick Romero

Tél. : 04 34 43 20 27 moma-mv@umontpellier.fr

SERVICE RELATIONS ENTREPRISES ET PROFESSIONNALISATION :

(Alternance, apprentissage et formation continue).

Laetitia Bonfill - Tél. : 04 34 43 20 17 - moma-pro@umontpellier.fr



**MONTPELLIER  
MANAGEMENT**  
UNIVERSITÉ DE MONTPELLIER

Union de l'ISEM et de l'FAES

Espace Richter  
Rue Vendémiaire  
Bât. B - CS 19519  
34960 MONTPELLIER Cedex 2  
Tél. : 04 34 43 20 00

INSTITUT-MONTPELLIER-MANAGEMENT.FR

ANNÉE UNIVERSITAIRE 2018/2019