

- Faculté des sciences économiques
- www.unine.ch/seco

Customer Relationship Management (5EN2028)

Filières concernées	Nombre d'heures	Validation	Crédits ECTS
Master en développement international des affaires	Cours: 2 ph	cont. continu	3

ph=période hebdomadaire, pg=période globale, j=jour, dj=demi-jour, h=heure, min=minute

Période d'enseignement:

- Semestre Automne

Equipe enseignante:

Prof. Valéry Bezençon
Institut de l'entreprise (IENE) - Université de Neuchâtel
A.-L. Breguet 1, CH-2000 Neuchâtel
valery.bezencon@unine.ch

Assistant:
Emanuele Leoni
IENE – Université de Neuchâtel
A.-L. Breguet 1, CH-2000 Neuchâtel
emanuele.leoni@unine.ch

Objectifs:

L'objectif du cours est de permettre aux étudiants de comprendre et d'expliquer de manière critique les concepts théoriques de la gestion de la relation client, ainsi que de comprendre leur application et utilisation dans la pratique.

A la fin du cours, les étudiants devront non seulement pouvoir expliquer les concepts-clés de la gestion de la relation client, mais également les mettre en pratique au travers d'un logiciel CRM.

Contenu:

Le cours inclut les sujets suivants:

- Introduction au CRM
- La relation et le marketing relationnel
- Créer de la valeur pour le client
- Les bases de données et la connaissance client
- La gestion du portefeuille client
- La gestion du cycle de vie client : l'acquisition
- La gestion du cycle de vie client : la rétention et le développement

Le cours sera complété par des sujets d'approfondissement sur le CRM, ainsi que par des études de cas.

Forme de l'évaluation:

Les conditions nécessaires à l'obtention de l'attestation pour le cours de CRM sont les suivantes:

- Chaque groupe d'étudiants fait 1 présentation durant le semestre sur un sujet d'approfondissement et produit un rapport écrit correspondant
- Les étudiants passent un examen écrit individuel lors de la dernière session portant sur l'ensemble du cours (cours, livre, présentations, études de cas)

La pondération de la note finale prend en compte: l'examen final (70%), le rapport (20%) et la présentation (10%).

En cas d'échec, la note du rattrapage portera à 100% sur l'examen écrit de rattrapage (pour se présenter à l'examen de rattrapage, un rapport écrit ainsi qu'une présentation devront tout de même avoir été effectués).

Documentation:

- Livre de référence: Gestion de la Relation Client, 3ème édition, Peelen, Jallat, Stevens, Volle, Pearson Education, 2009

- Faculté des sciences économiques
- www.unine.ch/seco

Customer Relationship Management (5EN2028)

- D'autres références seront fournies durant le cours

Pré-requis:

Marketing, Management

Forme de l'enseignement:

Présentations des concepts théoriques, études de cas, apprentissage participatif