

- 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	Voir ci-dessous	3

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

Période d'enseignement:

- Semestre Printemps

Equipe enseignante:

Chargé d'enseignement :
William Sabadie
Institut de l'Entreprise,
Rue A.-L. Breguet 2, CH-2000 NEUCHÂTEL
+41 32 718 1360 - william.sabadie@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 mobiliser pour diagnostiquer une stratégie relationnelle et proposer un plan d'action.

Contenu:

Le cours inclut les sujets suivants:

- Introduction au CRM et à l'Experience Proft Chain
- Le loyalty model
- Le satisfaction model
- La gestion du cycle de vie client : l'acquisition
- La gestion du cycle de vie client : le développement
- La gestion du cycle de vie client : la rétention et les programmes de fidélisation

Le cours sera complété 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 (en anglais ou en français):

- Une implication tout au long du cours.
- Chaque groupe d'étudiants fait 1 à 2 présentations durant le semestre sur un sujet d'approfondissement et/ou une étude de cas.
- Les étudiants passent un examen écrit individuel lors du dernier jour de cours portant sur l'ensemble du cours (cours, travaux pratiques, livre, présentations, études de cas)

Pondération de la note finale (la note finale sera calculée en divisant le nombres de points obtenus par 10, puis en arrondissant le résultat à la demi-unité la plus proche):

1. Étude de cas : 40 points
2. Examen écrit : 60 points

Rattrapage : La note portera à 100% sur un examen écrit (2h maximum), en session. Pour se présenter à l'examen de rattrapage, une étude de cas devra tout de même avoir été présentée durant le cours.

Objets admis : Les notes, textes, livres, codes et tout autre documentation, ainsi que les ordinateurs, téléphones connectés et autres produits électroniques connectés ne sont pas admis dans les examens.

En cas d'infraction à ces règles, les éléments non admis seront retirés, voire l'examen pourra être réputé échoué.

Documentation:

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

Customer Relationship Management (5EN2028)

Livre de référence obligatoire: Ray D. et Sadié W. (2016), Marketing relationnel, Rentabiliser les politiques de satisfaction, fidélité et réclamation, éd. Dunod.

Livre complémentaire : Buttle F. and Maklan S. (2015) Customer Relationship Management: Concepts and technologies, third edition, Routledge

D'autres références seront fournies durant le cours

Des articles ou présentations à lire peuvent être mis à disposition sur le site Moodle durant le semestre.

Pré-requis:

Marketing, Management

Forme de l'enseignement:

Présentations des concepts théoriques et études de cas (en français).