

**Master Management du Sport  
Spécialité Entrepreneuriat et Evènementiel Sportif  
(M2 MS-EES)**

---

Titre du Cours :	<b>TIC et Gestion de la relation client (GM2MS43)</b>
<i>Course Title:</i>	
Heures :	20
<i>Lecture hours:</i>	
ECTS Credits:	3

---

➤ **CONTENU ET OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES DU COURS**  
**DESCRIPTION AND LEARNING OBJECTIVES OF THE COURSE**

L'objectif de ce cours est de savoir reconnaître les éléments susceptibles d'améliorer la relation avec le client. Le client peut être décliné en participant, bénévole, etc. A l'issue de ce cours les étudiants doivent être en mesure de concevoir quantitativement et qualitativement une stratégie orientée client. Les technologies de l'information et de la communication constituent un outil permettant d'arriver à cet objectif. A cet effet, ce cours doit également permettre aux étudiants de se familiariser avec les principes de base du marketing internet et d'acquérir des bases nécessaires à la gestion d'un projet de communication en ligne.

➤ **Liste des sujets ou résumé des séances**  
**TOPICS OF EACH SESSION OR SUMMARY OF THE COURSE**

- Le marketing relationnel, les centres d'appels
- La stratégie de fidélisation, le multicanal
- Les ERP, le datamining, les data warehouse
- e-business : Un site internet, pour qui, pour quoi, comment : objectifs et implications. Web 2.0 : comment tirer le meilleur parti des outils collaboratifs ?
- e-marketing : Principes de base du e-marketing, les fondamentaux de la communication en ligne
- Référencement naturel : l'indispensable ; Search marketing : la force des moteurs de recherche
- Affiliation : le marketing à la performance ; Emailing : le marketing direct sur internet ; Buzz-marketing : communication événementielle

➤ **Méthodes d'évaluation (contrôle continu)**  
**EVALUATION AND GRADING**

Présence/participation: 10%

Evaluation écrite n°1 (CRM) : 45 %

Evaluation écrite n°2 (TIC): 45 %

➤ **References bibliographiques**  
**BIBLIOGRAPHY**

- Colantonio F., 2015, *Référencement, e-marketing et visibilité web*, 2<sup>ème</sup> éd., Edipro..
- Huron D., 2007, *Décisions et stratégies marketing*, Gualino.
- Jallat F., Peelen E., Stevens E., Volle P., 2014, *Gestion de la relation client*, 4<sup>ème</sup> éd., Pearson.
- Lefébure R., Venturi G., 2005, *Gestion de la relation client*, Eyrolles.
- Viot C., 2011, *Le marketing à l'heure du web 2.0*, Gualino.