

Commission de la formation et de la vie universitaire
Séance du 24 juin 2019

Délibération n°3
Portant approbation de la **création du DU Expert Projet CRM Digital**

*Vu le code de l'éducation, et notamment ses articles L712-6-1,
Vu les statuts de l'université de Cergy-Pontoise,*

Considérant que le marché des systèmes d'information d'entreprise est en plein essor,

Considérant que, dans ce cadre, les logiques CRM (Customer relationship management – gestion de la relation client) doivent être développées,

Considérant que l'EISTI souhaite créer un diplôme universitaire autour des technologies CRM,

Considérant que l'objectif du DU est de former des cadres de haut niveau à l'analyse et à la compréhension des besoins transversaux d'une entreprise, notamment en ce qui concerne la relation client,

Considérant que la formation permet aux candidats d'acquérir des compétences fortes de management de projets, des connaissances métiers autour de la relation client et une maîtrise des outils CRM,

Après en avoir délibéré, la commission de la formation et de la vie universitaire :

<u>Vote</u>	
Nombre de membres en exercice : 32	Pour : 11
Nombre de membres présents : 5	Contre : 0
Nombre de membres représentés : 6	Abstention : 0
Membres absents et non représentés : 19	Non-participation : 0

Article 1 : approuve la création du DU Expert Projet CRM Digital tel qu'annexé à la présente délibération pour une ouverture en septembre 2019.



DOSSIER DE DEMANDE D'ACCRÉDITATION DIPLOME UNIVERSITAIRE 2019

1. Présentation de la demande

A. Intitulé de la formation Diplôme Universitaire

DU: « Expert Projet CRM Digital »

Code(s) NSF :

4 mots-clés maximum :

1 ...CRM... 2 ...Management... 3 ...Projet... 4 ...Digital...

B. Interlocuteur en charge du dossier

Madame

Monsieur

NOM - Prénom :

HUBERT Emmanuel

Courriel :

emmanuel.hubert@eisti.eu

Fonction :

Responsable Administratif des Mastères Spécialisés®

Téléphone :

01 34 25 10 07

Adresse postale :

Avenue du Parc 95000 CERGY

C. Date de la demande :

Date d'ouverture souhaitée : Octobre 2019

VISA DU DIRECTEUR

--

2. Identification de(s) l'autorité(s) délivrant la certification

A. Dénomination juridique complète (statut)

Nom de(s) l'autorité(s) délivrant le titre : **EISTI**

Adresse : Avenue du Parc 95000 CERGY

Téléphone : 01 34 25 10 10

Télécopie : **01 34 25 10 00**

Courriel : administration@eisti.eu

Site Internet : www.eisti.fr

Statut juridique : **Association Loi 1901**

B. Représentée par

Madame Monsieur

NOM – Prénom : **ALEXANDRE Radjesvarane**

Fonction : **Directeur Général**

Courriel : radjesvarane.alexandre@eisti.eu

Téléphone : **01 34 25 10 11**

Télécopie : **01 34 25 10 00**

Responsable de la formation :

Madame Monsieur

NOM – Prénom : **MORGES Jérôme**

Fonction : **Directeur Délégué**

Courriel : jerome.morges@eisti.eu

Téléphone : **01 34 25 10 06**

3. Réseaux

A. Organismes partenaires

1. Etablissement(s) associé(s) :

NEANT

2. Partenariat(s) académique(s) :

NEANT

3. Partenariat(s) professionnel(s) :

EI Technologies

EI Technologies est un groupe français indépendant qui travaille sur 3 types d'offres :

- ✓ Offres spécialisées de conseil portées par la marque EI-Management
- ✓ Offres de mise en œuvre de solutions portées par la marque EI-Technologies
- ✓ Offres de formation portées par la marque EI-Institut

Salesforce

Salesforce est un éditeur de logiciels, basé à San Francisco aux États-Unis. Il distribue des logiciels de gestion basés sur Internet et héberge des applications d'entreprises. L'entreprise est surtout connue au niveau international pour ses solutions en gestion de la relation client.

B. Une convention a-t-elle été établie entre les partenaires délivrant la certification ?

Si non, expliquer pourquoi aucune convention n'est établie.

Une convention de partenariat est en cours de négociation

C. Que prévoit-elle ?

Préciser la nature des liens, l'organisation du partenariat et les conditions prévues en cas de rupture

La convention de partenariat, en cours de négociation, entre l'EISTI, porteur pédagogique de ce nouveau Diplôme Universitaire et EI Technologies, leader et expert dans les processus et outils CRM définit :

- ✓ L'objectif commun de la formation (formation de professionnels directement employables),
- ✓ Le rôle et les apports de chaque partenaire :
 - L'EISTI est garante de la qualité des programmes et de leur pertinence pédagogique
 - EI Technologies de l'adéquation de la formation avec le marché
- ✓ La répartition financière entre les partenaires.

En cas de rupture de la convention, l'EISTI s'engage à mener la formation à son terme afin de veiller à l'intérêt des élèves.

4. Métier, fonctions et activités visées par la formation

A. Désignation du métier et des fonctions ciblées

La mise en place d'un CRM (Customer Relationship Management) ou GRC (Gestion de la Relation Clients) dans une entreprise, ou plus généralement une organisation qu'elle soit d'ailleurs privée ou publique, comprend 2 volets.

La première étape vise à installer un puissant outil dans un environnement donné. La deuxième étape consiste à adapter cet outil aux différents moyens et ressources de l'organisation considérée avec l'objectif d'optimiser la gestion de sa relation client et donc ses performances économiques notamment commerciales, financières, ou productives.

Il s'agit en fait de gérer un projet souvent stratégique pour l'organisation, en veillant à respecter un budget et des délais, tout en s'assurant de la bonne intégration de l'outil dans l'organisation et de son appropriation par les différents collaborateurs. La majeure partie du projet se déroule ainsi en étroite collaboration entre des salariés de l'entreprise et des consultants. Des groupes de travail sont alors organisés avec des consultants fonctionnels, et les salariés dénommés « utilisateurs clés » (key users). Les consultants apportent leur expertise « produit », « métier » et les « bonnes pratiques », tandis que les utilisateurs clés apportent leur connaissance et les spécificités de leur organisation en s'imprégnant progressivement de la manière de travailler avec le CRM en cours d'installation.

La mise en œuvre de ce CRM débute donc par un certain nombre de réunions, consacrées à des échanges d'information pour identifier les besoins des utilisateurs clés afin de définir les choix, le périmètre et les modalités de mise en œuvre du CRM.

Dans une 2^{ème} phase, qui concerne plus particulièrement les managers, chefs de projets et consultants fonctionnels les besoins seront traduits en paramètres et développement du CRM. Ils s'appuient sur les éléments précédemment consolidés, pour installer et paramétrer physiquement l'outil. Sur les projets d'ampleur, la bonne coordination des équipes projets est très importante et garantit le succès ou non du projet. Il est toutefois important de valider les paramètres et le développement, notamment au travers de key users. A l'issue de cette étape, il est nécessaire de passer à la phase de recette (test de validation) et de formation pour vérifier l'adéquation du système obtenu aux besoins de l'organisation, afin de valider la démarche de mise en œuvre et de mobiliser les ressources de l'entreprise à l'utilisation du nouvel applicatif.

La dernière étape enfin, celle de bascule, stratégique pour l'entreprise, concrétise l'aboutissement du projet. Correspondant à la mise en production du CRM, elle implique la mobilisation de tous les acteurs du projet internes (collaborateurs) ou externes (consultants) afin de garantir l'efficacité et la viabilité du projet.

L'objectif de ce Diplôme Universitaire est de couvrir l'intégralité du projet de sa phase initiale jusqu'à sa mise en production effective puis son utilisation. Le spectre des métiers concernés et couverts par ce DU recouvre ainsi la totalité des fonctions et des compétences déployées dans ce processus complexe et de haut niveau. La liste des principales fonctions concernées est la suivante :

- ✓ Consultant fonctionnel CRM
- ✓ Consultant fonctionnel en transformation digitale
- ✓ Chef de Projet CRM
- ✓ Chef de Projet en transformation digitale
- ✓ Responsable de Domaine Applicatif lié à la relation client
- ✓ Responsable Métiers (Key user)

- ✓ Manager ou directeur de service fonctionnel

Le **consultant fonctionnel** a pour mission d'accompagner et de conseiller le client dans la mise en place d'applications liées au métier de l'entreprise. Il joue le rôle d'intermédiaire entre les fonctions liées à la relation client de l'entreprise et la technique (développeur, chef de projet). Afin de concilier les intérêts de chacun autour d'une solution commune, le consultant fonctionnel, aussi appelé consultant en organisation ou analyste fonctionnel, doit faire preuve d'écoute et d'empathie. Il participe aux projets, de la rédaction du cahier des charges à la mise en route de ceux-ci. Travaillant généralement chez un éditeur de logiciels ou dans une ESN, le consultant fonctionnel est le métier « type » visé par la formation du Diplôme Universitaire « Expert Projet CRM Digital ».

Interface privilégiée avec le directeur de projet, les dirigeants de l'entreprise, et/ou les sponsors du projet, le **chef de projet CRM**, est quant à lui un véritable « chef d'orchestre » des consultants, qu'ils soient d'ailleurs techniques ou fonctionnels. Il a ainsi une mission d'organisation et de gestion des tâches, des ressources et des budgets. Il a enfin la lourde tâche de garantir le respect des objectifs en mettant en adéquation les besoins nécessaires à la réalisation de son projet et les ressources disponibles, tout en défendant ses choix techniques. Sur les projets d'ampleur internationale les projets CRM sont divisés en domaines applicatifs. Les chefs de projet se répartissent ainsi sous la coordination d'un directeur de projet (ou directeur de programme) sur un ou plusieurs de ces domaines, devenant ainsi des **responsables de domaine applicatif lié à la relation client**.

La mission des responsables de domaine applicatif lié à la relation client est très semblable à celle d'un chef de projet, mais au vu de l'ampleur et de la complexité du projet, elle ne peut que s'appliquer à une partie applicative de celui-ci. Ces deux dernières fonctions, suivant la taille des projets et l'expérience de l'entreprise dans le déploiement d'un CRM peuvent être exercées indifféremment dans les ESN et intégrateurs, où au sein même de l'entreprise. Elles nécessitent toutefois une première expérience métier et/ou technique des CRM. Elles s'adresseront plus à une population active qu'aux jeunes diplômés.

De l'autre côté du projet, c'est-à-dire plutôt du côté de l'entreprise, les **responsables métiers** et les **responsables (manager ou directeur) de services fonctionnels** sont aussi des métiers ciblés. En effet, lors des projets de mise en œuvre des CRM, les « key users » ont un rôle extrêmement important. Ils sont la garantie de respect des exigences et contraintes métiers de celle-ci. Après la mise en production, ils garantiront aussi la bonne utilisation de ce nouvel outil de gestion de la relation client.

La formation vise à permettre aux personnels des entreprises, de monter en compétences dans un domaine fonctionnel de l'entreprise et/ou d'acquérir une maîtrise suffisante pour assumer un rôle de « **key user** » dans un projet de déploiement CRM et/ou de nouvelles responsabilités de **manager ou directeur de service fonctionnel**.

B. Description des activités liées au métier et compétences visées

Les activités et compétences visées engendrent de nombreuses activités. Les principales d'entre elles, regroupées par fonction, sont les suivantes :

Consultant fonctionnel :

- ✓ Recueil des besoins clients,
- ✓ Etudes, analyses, établissement des spécifications fonctionnelles,
- ✓ Conseil, audit,
- ✓ Expertise métier et produit,
- ✓ Installation, supervision et mise en œuvre du paramétrage, et déploiement,
- ✓ Participation à la définition et la mise en œuvre des tests,
- ✓ Participation à la recette,
- ✓ Formation des « key users » et « utilisateurs »,
- ✓ Conduite du changement,
- ✓ Maintenance corrective et évolutive,
- ✓ Interface avec les consultants techniques,

Chef de projet et responsable de domaine applicatif :

- ✓ Recueil des besoins clients,
- ✓ Choix techniques et fonctionnels,
- ✓ Etudes, analyses, établissement de cahiers des charges fonctionnels,
- ✓ Conseil, audit,
- ✓ Définition et mise en place des méthodes projet,
- ✓ Compte rendu opératoire (reporting),
- ✓ Contrôle qualité,
- ✓ Expertise métier et produit,
- ✓ Installation, paramétrage, et déploiement,
- ✓ Participation à la définition et la mise en œuvre des tests,

- ✓ Coordination des recettes,
- ✓ Conduite du changement,
- ✓ Maintenance corrective et évolutive,
- ✓ Interface avec le directeur de projet, les dirigeants, et/ou les sponsors du projet,
- ✓ Coordination de projet,
- ✓ Gestion de planning et des ressources,
- ✓ Gestion de centre de coûts (budgets).

Responsable métier, manager et directeur de services fonctionnels :

- ✓ Définition des besoins de l'entreprise,
- ✓ Participation aux études, analyses, et élaboration des cahiers des charges fonctionnelles,
- ✓ Expertise métier,
- ✓ Participation au paramétrage,
- ✓ Participation à la définition et la mise en œuvre des tests,
- ✓ Validation des recettes,
- ✓ Formation des « utilisateurs »,
- ✓ Conduite du changement,
- ✓ Définition des évolutions fonctionnelles,
- ✓ Interface avec les consultants fonctionnels,

C. Fiche(s) ROME la ou les plus proches

M1806 Expertise et support technique en systèmes d'information

D. Cadres d'exercice les plus fréquents

1. Secteur d'activité et taille des entreprises ou services employeurs

Les entreprises concernées par la mise en place d'un CRM, et donc susceptibles d'employer un « Expert Projet CRM Digital », sont de toutes tailles.

Le déploiement d'un CRM et son utilisation concerne quasiment tous les secteurs d'activités : l'industrie, mais également les services et le commerce. Les organismes publics et les collectivités territoriales sont également concernés.

2. Responsabilité et autonomie caractérisant les postes ciblés

Les postes ciblés sont des postes à forte responsabilité, nécessitant une expertise de haut niveau mais également des compétences en termes d'organisation et de management. Ce sont, d'une manière générale, des postes de cadres à forte expertise fonctionnelle et/ou technique. Il existe toujours une composante de gestion, qu'elle soit projet ou d'équipe, qui engendre de fortes responsabilités et des compétences relationnelles incontournables. Ces postes mêlent à la fois autonomie, initiative et travail en équipe. Les profils diplômés de la formation devront gérer et diriger des projets et des équipes, souvent complexes et variés. A ce titre, ils devront être force de proposition, faire des choix, prendre et assumer des décisions. Mais ils devront aussi composer avec des ressources très hétérogènes et de milieux économiques différents. Leurs compétences de gestion acquises ou renforcées lors de la formation seront indispensables pour mener à bien leur(s) mission(s).

La mise en production des projets est un moment crucial pour les entreprises et la responsabilité afférente leur incombera en partie ou en totalité. Ce sont donc, encore une fois, des cadres de haut niveau, d'une grande autonomie dans la prise de décision et la gestion de leur emploi du temps, et d'une grande responsabilité en termes de livraison de projet et d'encadrement des ressources humaines.

4. Liens entre la construction de la certification et le champ professionnel visé

A. Quelles sont les raisons de la création de la formation ?

La complexité de l'économie, le renforcement du contexte concurrentiel, la nécessité pour les entreprises d'être compétitives et réactives rend désormais incontournable la mise en place et l'utilisation d'applications complexes puissantes et efficaces au sein des entreprises, quelles que soient leur taille et leur secteur d'activité. L'enjeu de cette mise en œuvre est d'intégrer et de paramétrer une partie ou l'ensemble des fonctions de la gestion de la relation client de l'entreprise dans un CRM afin de mettre en parfaite adéquation le métier de celle-ci et le traitement des informations par l'outil.

La compétence « gestion » est devenue une évidence quant à l'évolution du cadre dirigeant, tandis que les compétences métiers restent le cœur même du développement des entreprises. L'EISTI, de par sa pédagogie, la veille technologique qu'elle mène et les travaux de recherche qu'elle conduit, a construit une forte légitimité dans le domaine du management et de la gestion. Enfin, les Entreprises de Services Numériques, ainsi que les sociétés de conseil, sont quant à elles, des acteurs économiques importants dans ce domaine. L'élément déterminant de la création du Diplôme Universitaire « Expert Projet CRM Digital » est donc de former des cadres de haut niveau, capables de poser les bonnes questions et d'apporter les bonnes réponses aux besoins stratégiques et croissants des entreprises dans la maîtrise et l'optimisation de leurs performances dans ces 3 domaines :

- ✓ La Gestion de l'entreprise entendue au sens large,
- ✓ La Gestion optimale de leur portefeuille clients,
- ✓ L'Intégration des processus métier autour de la relation client dans une perspective de pilotage optimal.

Le titre de cette formation « Expert Projet CRM Digital » traduit et identifie bien la finalité de ce cursus de haut niveau qui a pour vocation de former des spécialistes des CRM et de leur intégration dans les organisations dans une orientation utilisation/management clairement affirmée. Cette formation présente ainsi la rare caractéristique d'intégrer à la fois une forte dimension technologique et une dimension managériale de haut niveau en intégrant de manière transversale l'enseignement des principales fonctions de l'entreprise et des outils de gestion qui s'y rattachent.

La création de cette formation vise également d'autres objectifs dont certains sont plus spécifiquement liés à des publics particuliers :

- ✓ Répondre à un besoin croissant en consultants et chefs de projets juniors dans la gestion des projets CRM et dont le niveau d'expertise complète l'expérience métier de leurs interlocuteurs,
- ✓ Parfaire les compétences (métier ou technique) des actifs expérimentés, pour leur permettre d'intégrer les équipes projets et/ou prendre de nouvelles responsabilités après le déploiement ou l'évolution d'un CRM,
- ✓ Mettre en œuvre une veille technologique et managériale afin d'apporter la meilleure réponse possible aux entreprises dans le domaine technique mais également dans le domaine de la gestion,
- ✓ Anticiper de futurs et croissants besoins d'expertise pointus, en faisant évoluer une formation de qualité, réactive, répondant à ces besoins, en partenariat académique d'une part et professionnel d'autre part avec des acteurs importants de ce secteur.

B. Quels sont les besoins identifiés ou les soutiens attestés ?

Le Diplôme Universitaire « Expert Projet CRM Digital » est porté par l'EISTI dans le cadre de sa volonté de développement des activités de formation liées aux métiers fonctionnels et notamment celui de la gestion de la relation client.

Aux côtés de l'EISTI, de nombreuses entreprises ont manifesté leur vif intérêt pour cette formation, tandis que des réunions d'échanges et de concertation ont été organisées à ce propos pour mieux définir les attentes des acteurs économiques.

L'EISTI a ainsi organisé plusieurs sessions d'échanges avec les grands acteurs du marché du CRM. Ces grands intégrateurs sont en première ligne pour connaître et exprimer les besoins des entreprises en matière de mise en œuvre et d'évolution des CRM dans les entreprises. Chacun de ces partenaires a très largement souligné le manque de ressources au sein même de leur structure, leur difficulté à en recruter, et la nécessité absolue de former de tels profils dès à présent et dans les années à venir.

Face à ce défi, la société EI TECHNOLOGIES a décidé de soutenir ce projet et de s'impliquer en tant que partenaire du Mastère Spécialisé®. Des besoins existent dans tous les secteurs d'activités :

- ✓ Luxes
- ✓ Distribution
- ✓ Industrie et construction
- ✓ Télécom, Média
- ✓ Services

- ✓ Secteur publiques
- ✓ Industrie & Distribution

Enfin de nombreuses entreprises de tailles différentes et évoluant dans des domaines très variés ont exprimé clairement leur intérêt pour ce Diplôme Universitaire. Elles ont souhaité soutenir ce projet par une lettre de soutien. En effet, la plupart ont mentionné des projets de déploiement en cours ou à venir.

C. Système de veille mis en place par l'établissement délivrant la certification pour l'ajuster aux évolutions du métier, des fonctions et des activités visé(es)

1. Description du dispositif

Afin de garantir un niveau d'employabilité maximal et une réponse en parfaite adéquation avec les besoins des entreprises, une attention particulière a été portée sur le choix des responsables de module et des intervenants du Diplôme Universitaire. Tous les acteurs du marché sont ainsi représentés, ainsi que des experts métiers.

Le **Conseil Stratégique et de Perfectionnement**, assure cette fonction de veille. Il se réunit annuellement et a pour mission de valider l'adéquation de la formation aux besoins des entreprises, et d'anticiper les évolutions à venir. Il s'attache également à vérifier la pertinence de la formation dans le paysage de l'enseignement supérieur. Il doit notamment identifier les axes stratégiques du Diplôme Universitaire « Expert Projet CRM Digital » et définir la politique la plus adaptée pour atteindre les objectifs fixés précédemment.

Le conseil pourra aussi être convoqué, à titre exceptionnel, par le **Conseil Scientifique et Pédagogique**, pour présenter des propositions d'évolution stratégique du Diplôme Universitaire.

Ce Conseil est composé de membres des institutions partenaires du Diplôme Universitaire et/ou de personnes affiliées. Il comprend ainsi un représentant de la Direction Générale de l'EISTI, un représentant des Directions opérationnelles de partenaires du Diplôme Universitaire et d'Experts, affiliées aux partenaires, dont la légitimité d'expertise est reconnue.

Le paragraphe ci-après définit la composition du conseil pour la 1^{ère} année. Pour les années suivantes, les partenaires ne s'interdisent pas d'ouvrir ce conseil à d'autres membres de façon raisonnable et raisonnée et si besoin en procédant ainsi :

- a) Identification d'un membre potentiel par l'un des partenaires,
- b) Présentation de la candidature aux autres membres du Conseil Stratégique et de Perfectionnement, en la justifiant,
- c) Vote du Conseil Stratégique et de Perfectionnement pour admission du nouveau membre.

Ce conseil ne pourra toutefois pas excéder 10 membres. Il aura pour mission de veiller à la qualité et à la pertinence de la formation au regard des indicateurs qu'il devra définir la première année et dont une liste non exhaustive est donnée à titre d'exemple :

- ✓ Evolution des offres d'emploi du secteur,
- ✓ Nombre d'entreprises en relation avec la formation,
- ✓ Orientations pédagogiques de l'enseignement supérieur et des organismes référents (CGE, CTI, Syntec, etc.),
- ✓ Questionnaire d'évaluation de la formation auprès des sociétés de services et de conseil,
- ✓ Etc.

Il sera aidé dans cette mission par deux commissions :

- ✓ La Commission « Marché » qui se réunit en amont du Conseil avec les opérationnels du MS (responsables programme, experts métiers) et éventuellement des référents du métier des CRM, pour faire un bilan de l'année écoulée et mener toutes les investigations nécessaires pour l'établissement des indicateurs précités. Une synthèse est alors effectuée sous la responsabilité du Président de la Commission. Celui-ci la présente au Conseil Stratégique et de Perfectionnement pour définition d'actions correctives et/ou évolutives dans la stratégie.
- ✓ La Commission « Enseignement » qui se réunit en amont du Conseil pour faire un bilan avec les opérationnels du DU (responsable programme, intervenants pédagogiques) et éventuellement des référents de l'enseignement supérieur et de la formation continue, pour faire un bilan de l'année écoulée et de mener toutes les investigations nécessaires et suffisantes pour l'établissement des indicateurs précités. Une synthèse est alors effectuée sous la responsabilité du Président de la Commission qui la présente au conseil Stratégique et de Perfectionnement pour définition d'actions correctives et/ou évolutives dans la stratégie.

Les Responsables Programme du Diplôme Universitaire assisteront au Conseil Stratégique et de Perfectionnement en tant qu'observateurs (sans droit de vote) et permettront un lien actif avec le conseil Scientifique et Pédagogique.

2. Présentation du conseil de perfectionnement (ou équivalent)

Composition (nom et qualité des personnes ou des associations de professionnels)

Radjesvarane ALEXANDRE – Directeur Général de l'EISTI
Pierre SARROLA – Cofondateur & Directeur associé d'EI Technologies
Vincent CHAZARENC - Responsable développement EI Institut
Arnaud SEIGNEURGENS - Senior Sales Account Executive chez Salesforce, Ancien de l'EISTI
Franck METRAS – Ancien Recteur des Universités, ancien Directeur de l'Enseignement supérieur, Membre du Conseil d'administration de l'EISTI
Amina BOUTOUZERA – Responsable du département « Management des entreprises » de l'EISTI

Attributions statutaires, rôle

Président : Radjesvarane ALEXANDRE
Vice Président : Pierre SARROLA

Président commission « Marché » : Vincent CHAZARENC
Président commission « Formations » : Amina BOUTOUZERA

Fréquence des consultations

Le conseil se réunit une fois par an dans un délai de 3 mois après la remise des diplômes de la dernière promotion, sur convocation du Président. Il pourra également se réunir à titre exceptionnel et maximum une fois par an, sur demande de l'un de ses membres ou du Conseil Scientifique et Pédagogique, sur acceptation de la demande par le Président et sur sa convocation. Les commissions se réuniront en amont du Conseil, au moins un mois avant la date du dit Conseil, pour préparer un bilan de l'année écoulée, effectuer une analyse pertinente, et en effectuer une synthèse qui sera présentée par le Président de la Commission au membres du Conseil.

5. Articulation avec d'autres formations

A. Identification des formations comparables existant au même niveau

1. En France

Master en Marketing, Communication et Stratégies Commerciales de l'Inseec fait référence dans sa formation au marketing aidé par les outils CRM. Il s'agit d'une formation très orienter Marketing et donc nullement technique comme le propose notre formation.

Les deux formations ne sont donc pas comparables et renforce le besoin de formation technique dans le domaine qui mène un vrai métier de manager des données de l'entreprise et fait que la démarche de l'EISTI dans ce domaine est unique à jour.

B. Analyse du marché et de la concurrence (benchmark sur le plan national, international, valeur ajoutée)

L'EISTI, fort de ses formations autour des systèmes d'information, présente sur de nombreux salons professionnels a identifié un besoin, autour de la gestion de la relation client, remonté par le marché. C'est donc naturellement qu'elle s'est tournée vers le leader sur ce marché, EI Technologies, formateur exclusif sur la technologie Salesforce. A ce jour, il n'existe donc pas de formation similaire.

6. Voies d'accès à la formation

A. Niveaux de recrutement – Diplôme requis – Public visé

Les candidatures recevables répondront aux conditions suivantes :

A titre d'information, nous reprenons ci-dessous la liste des diplômes requis à laquelle la sélection se référera :

- ✓ Diplôme d'ingénieur habilité par la Commission des Titres d'Ingénieurs,
- ✓ Diplôme d'une école de management habilitée à délivrer le grade de Master (DEA, DESS, Master, etc.),
- ✓ Diplôme de 3ème cycle ou diplôme équivalent.

- ✓ Diplôme de Maîtrise ou équivalent, avec au moins trois années d'expérience professionnelle,
- ✓ Tout diplôme étranger équivalent aux diplômes français cités précédemment.

Les candidats attendus en formation initiale seront des diplômés de niveau BAC+5. Ils devront avoir reçu et validé des connaissances dans les domaines de la gestion ou de la relation client et idéalement avoir un niveau minimum dans les systèmes d'information.

Les candidats attendus pour la formation continue seront des diplômés de niveau BAC+4, avec un minimum de trois années d'expérience professionnelle. Ils pourront provenir de tout type d'entreprise ou établissement public.

B. Taux de dérogation envisagé

Un taux maximum de 30% de dérogation sera admis sur les niveaux de recrutement et les diplômes requis. La procédure de sélection restera la même pour tous les candidats.

C. Sélection (Sur dossier, épreuves, jury ...)

L'admission des candidats se fera en trois temps :

- ✓ Sélection sur dossier de candidature,
- ✓ Epreuve de sélection comprenant un test d'anglais (ou 750 TOEIC) et un entretien de motivation,
- ✓ A l'issue de ces épreuves, le jury final admet, refuse ou place le candidat en liste d'attente.

7. Programme de formation

A. Objectifs de la formation et son adaptation au public formé

L'objectif de la formation est d'amener les étudiants à acquérir à la fois des compétences fortes de management de projets, des connaissances métiers autour de la relation client, une maîtrise et une compréhension des outils CRM. Il ne s'agit pas de former des spécialistes de tel ou tel CRM, mais bien de former des cadres de haut niveau pouvant analyser et comprendre les besoins transversaux d'une entreprise, et notamment la partie de la gestion de la relation client, et capables d'animer et coordonner l'ensemble des acteurs d'un projet de déploiement d'un CRM dans une entreprise, quelle que soit sa taille.

B. Présentation générale du programme

1. Programme pédagogique général

Durée de la formation

La formation dure 14 mois de septembre à novembre n+1 selon un mode cours à temps plein de septembre à décembre puis de janvier à octobre cours la période de stage (4 à 6 mois à temps plein) puis un délai pour clore la rédaction de la thèse professionnelle puis sa soutenance.

Tronc commun et option

Le programme pédagogique du Diplôme Universitaire « Expert Projet CRM Digital » ne prévoit pas d'option dans sa maquette pédagogique. Il contient uniquement un tronc commun.

Volume horaire global des enseignements

Le volume horaire global des enseignements est de 430 heures incluant des enseignements théoriques, des travaux pratiques et des projets en groupe ou à titre individuel encadrés par les enseignants du Diplôme Universitaire.

Ce volume total correspond à 45 crédits ECTS : un crédit ECTS correspond à environ 10 heures de cours.

Tableau de répartition des modules

Code Module	Modules	Heures	ECTS	Répartition
M01	⇒ Management des Systèmes d'Information	40	4	EISTI
M02	⇒ CRM & Digital	40	4	EISTI
M03	⇒ Administration CRM	40	4	EI Technologies
M04	⇒ Mise en situation Administration CRM	32	4	EI Technologies
M05	⇒ Administration avancée CRM	40	4	EI Technologies
M06	⇒ Mise en situation Administration avancée CRM	32	4	EI Technologies
M07	⇒ Intégration	40	4	EISTI
M08	⇒ CRM Training	40	4	EI Technologies
M09	⇒ Méthodologie de projet	40	4	EI Technologies
M10	⇒ Soft skill	40	4	EISTI
M11	⇒ Fil rouge	46	5	EISTI
TOTAL		430h	45	

2. Stage en entreprise, thèse professionnelle

Le stage représente un équivalent volume horaire de 850 heures incluant une période de travail en entreprise débouchant sur la soutenance d'un mémoire de stage. La durée minimum en entreprise est de 5 mois et peut être au maximum de 6 mois. Le volume horaire de 850 heures inclut la préparation du mémoire.

La thèse professionnelle est une réflexion générique personnelle sur un thème lié au Diplôme Universitaire « Expert Projet CRM Digital ». Elle fait l'objet d'un mémoire et d'une soutenance de cette thèse professionnelle devant un jury.

La thèse professionnelle correspond à un total de 30 crédits ECTS.

3. Rythme d'alternance

oui non

4. Langue d'enseignement

Le Diplôme Universitaire est enseigné :

- Français : 80 % des enseignements
- Anglais : 20 % des enseignements

C. Présentation détaillée du programme

1. Plans de cours synthétiques dispensés par modules faisant apparaître, objectifs du cours, volume horaire, crédits ECTS, enseignant et son statut, les modalités d'évaluation, etc...

Description de la répartition des modules

Le Diplôme Universitaire « Expert Projet CRM Digital » est composé de 11 modules :

- ✓ 1 module de 46 heures

- ✓ 8 modules de 40 heures
- ✓ 2 modules de 32 heures

Il représente un volume total de 430 heures. Chaque module est composé d'une ou plusieurs matières formant un ensemble cohérent. Chaque cours comprend des enseignements théoriques, des travaux pratiques et/ou des projets que les élèves doivent mener individuellement ou en groupe.

La réalisation d'un projet transverse final met en avant la cohérence et l'application de tous les modules enseignés.

Tableau synthétique des modules

Code Module	Modules	Heures	ECTS	Responsable
M01	⇒ Management des Systèmes d'Information	40	4	Didier ROUSSEAU
M02	⇒ CRM & Digital	40	4	Jérôme MORGES
M03	⇒ Administration CRM	40	4	Abdallah BOUBAHRI
M04	⇒ Mise en situation Administration CRM	32	4	Fabienne CLOUP
M05	⇒ Administration avancée CRM	40	4	Slimane KACI
M06	⇒ Mise en situation Administration avancée CRM	32	4	Slimane KACI
M07	⇒ Intégration CRM	40	4	Thierry JOUVIN
M08	⇒ CRM Training	40	4	Jean Baptiste FERRERA
M09	⇒ Méthodologie de projet	40	4	Vincent CHAZARENC
M10	⇒ Soft skill	40	4	Néjib ABDELMOULA
M11	⇒ Fil rouge	46	5	Renaud VERIN
TOTAL		430h	45	
Mission en entreprise et Thèse Professionnelle			30	
TOTAL DU			75	

Module 01 : Management des Systèmes d'Information

Didier ROUSSEAU – Directeur des Systèmes d'Information de l'EISTI

40 heures

4 ECTS

Les systèmes d'information sont aujourd'hui essentiels à la compétitivité des entreprises et les managers doivent en comprendre et en maîtriser les rouages essentiels. Ils doivent en effet savoir ce qu'ils sont, comment ils influent sur l'organisation, comment ils peuvent améliorer le travail des collaborateurs et rendre l'organisation plus performante. Le système d'information est un atout dans la compétition commerciale, mais il en est aussi un élément hautement critique. Ce module permet de positionner le système d'information au sein de l'entreprise et de mettre en évidence les apports des CRM en relation avec les autres composantes du SI. La robustesse et la fiabilité du système sont primordiales, au même titre que sa performance et sa qualité de service aux utilisateurs.

Les technologies de l'information prennent une part prépondérante à la mutation voire la révolution de la vie courante et par conséquent de la vie des affaires. Prenant en compte l'ensemble des aspects des récentes évolutions technologiques (Web 3.0, cloud computing, moteurs de recherches), notre ambition est de donner aux étudiants les éléments clés qui feront comprendre aux managers quelles sont les conditions et les leviers qui leur permettent d'atteindre les objectifs aussi bien stratégiques qu'opérationnels de leur entreprise.

Ce module s'organisera de la manière suivante :

Partie I. Organisations, Management et Systèmes d'Information (10h)

- ✓ Chapitre 1. L'entreprise informatisée
- ✓ Chapitre 2. Impacts sur le fonctionnement de l'entreprise
- ✓ Chapitre 3. Systèmes d'Information et stratégie des organisations
- ✓ Chapitre 4. Systèmes d'Information et dimensions éthiques et sociales

Partie II. Infrastructure technologique des Systèmes d'Information (8h)

- ✓ Chapitre 1. Infrastructure technologique et plateformes IT

- ✓ Chapitre 2. Conception, organisation, gestion et utilisation des données
- ✓ Chapitre 3. Télécommunications, réseaux et Internet
- ✓ Chapitre 4. Sécurité et contrôle des Systèmes d'Information

Partie III. Le Système d'Information: support intégré des processus, des métiers (12h)

- ✓ Chapitre 1. CRM et applications transversales : intégration des données et des processus métier
- ✓ Chapitre 2. L'entreprise et le commerce électronique
- ✓ Chapitre 3. Système d'Information et gestion des connaissances
- ✓ Chapitre 4. Système d'Information et aide à la décision

Partie IV. Développement et management des Systèmes d'Information (10h)

- ✓ Chapitre 1. Restructuration de l'organisation au moyen des Systèmes d'Information
- ✓ Chapitre 2. Projets Systèmes d'Information : évaluation, risques, gestion du changement

Module 02 : CRM & Digital

Jérôme MORGES – Directeur délégué de l'EISTI

40 heures

4 ECTS

À l'ère de la 4^{ème} révolution industrielle, celle de l'information, on observe l'émergence de quantité d'outils permettant la gestion des données. Le CRM, acronyme pour la gestion de la relation client (Customer Relationship Management), propose d'optimiser le traitement des informations relatives aux clients. En capitalisant sur ces données, à l'aide d'outil analytique, il est maintenant possible de mener des actions marketing avec une approche relationnelle, à travers une meilleure connaissance de la cible.

Cette connaissance du client permettra d'établir une stratégie de fidélisation sur le long terme, depuis l'élaboration d'actions marketing, de stratégie de vente et de gestion des processus de service client. Afin de permettre cette centralisation des données à l'échelle de l'entreprise, de plus en plus d'outils CRM sont apparus, comme Salesforce par exemple, leader actuel sur le marché.

Module 03 : Administration CRM

Abdallah BOUBAHRI

40 heures

4 ECTS

L'enjeu de ce module est de pouvoir donner aux élèves les clés de compréhension et la terminologie propre à l'outil CRM à travers une formation contextualisée. A la fin des 10 chapitres, et grâce à une alternance entre la théorie et la pratique, ils seront en mesure de maîtriser les actions d'administrations basiques et de pouvoir mettre en correspondance un besoin client avec les outils adéquats proposés par l'éditeur :

- Chapitre 1. Introduction et présentation de Salesforce
- Chapitre 2. Découverte et prise en main de l'application
- Chapitre 3. Gestion des utilisateurs et de leurs autorisations
- Chapitre 4. Gestion de la sécurité
- Chapitre 5. Personnalisation de l'environnement
- Chapitre 6. Gestion des données en masse
- Chapitre 7. Analytiques
- Chapitre 8. L'automatisation en déclaratif
- Chapitre 9. Gestion des processus de support
- Chapitre 10. Rappel Général

Module 04 : Mise en situation Administration CRM

Fabienne CLOUP

32 heures

4 ECTS

Cette mise en situation va permettre aux élèves de mettre en pratique les concepts théoriques vu dans le module 03 via une étude de cas qui se déroulera en 2 temps :

- ✓ Une première partie de révision avec des exercices guidés,
- ✓ Une seconde partie avec une étude de cas qui leur permettra de devenir plus autonomes.

Voici les chapitres :

- Chapitre 1. Révisions et Exercices guides
- Chapitre 2. Mise en situation Autonomes

Module 05 : Administration avancée CRM

Slimane KACI

40 heures

4 ECTS

Afin de compléter leurs connaissances du module 03, ce module permettra aux élèves d'aborder des notions plus avancées de configuration dans un nouveau contexte. Toujours en alternant la théorie et les exercices, ils seront à l'issue de cette formation en mesure de gérer des fonctions avancées (toujours en déclaratif) sur l'automatisation, la personnalisation et sur le reporting :

- Chapitre 1. Introduction et méthode de déploiement
- Chapitre 2. Gestion du modèle de données en déclaratif
- Chapitre 3. Design de l'interface utilisateur
- Chapitre 4. Configurer du Business Logic
- Chapitre 5. Maintenir la sécurité des données
- Chapitre 6. Gestion des automatismes
- Chapitre 7. Déploiement des méta-données
- Chapitre 8. Gestion avancée de l'interface utilisateur
- Chapitre 9. Les limites du déclaratif

Module 06 : Mise en situation Administration avancée CRM

Slimane KACI

32 heures

4 ECTS

Cette deuxième mise en situation viendra éprouver les connaissances et l'autonomie des élèves sur l'outil CRM à travers un cas réel vu en clientèle (remanié pour les besoins du cours).

Nous attendons des étudiants qu'ils soient en mesure de présenter :

- ✓ une maquette d'environnement,
- ✓ une configuration de leur CRM
- ✓ les réponses aux besoins exprimés par un client.

Module 07 : Intégration CRM

Thierry JOUVIN – Responsable du centre de compétence Système d'Information

40 heures

4 ECTS

L'enjeu majeur d'un projet CRM est bien sûr de déployer l'outil en lui-même, mais également et surtout de réussir l'intégration des données et de l'outil dans le système d'information global de l'entreprise et conformément aux besoins et contraintes de l'entreprise.

Ce module est donc essentiel à l'apprentissage des étudiants et conditionnera sans aucun doute la réussite ou non de leurs futurs projets.

Nous aborderons ce module au travers des parties suivantes :

- ✓ Partie I. Modélisation
 - Chapitre 1. Unified Modeling Language (UML)

UML, que l'on pourrait traduire par « langage de modélisation unifié », est né de la fusion des méthodes objets dominantes (OMT, BOOCH et OOSE). Il est devenu en quelques années un standard incontournable. UML n'est pas à l'origine des concepts objets, mais il en donne une définition plus formelle et apporte la dimension méthodologique qui faisait défaut à l'approche objet. Cela permet de définir le problème à haut niveau sans rentrer dans les spécificités d'un langage. UML est ainsi utilisé pour spécifier, visualiser, modifier et construire les documents nécessaires au bon développement d'un logiciel orienté objet et représenter l'architecture logicielle.

- Chapitre 2. Business Process Modeling (BPM)

Lors de la phase d'analyse fonctionnelle générale, une description des processus et activités de l'entreprise, aussi bien dans leur aspect applicatif qu'humain (définition des rôles), est nécessaire pour mettre en évidence l'adéquation du CRM avec les besoins métiers de l'entreprise. Ce travail est très précieux car cette description sert de base à la rédaction des fiches de procédure, à l'étude des besoins en conduite du changement, à l'établissement des règles de sécurité d'accès. Elle est concrétisée par un « modèle de processus et de procédures » représentant les activités à mener, hiérarchisées selon un classement propre à l'entreprise, les acteurs, les outils, les résultats.

- ✓ Partie II. Gouvernance des données

Les données sont la base d'un système d'information. Or ceux-ci regorgent souvent de données obsolètes, incorrectes ou incomplètes. Certains systèmes enregistrent un même client ou un même produit plusieurs fois, souvent de façons différentes ; ces systèmes peu fiables peuvent délivrer une grande quantité de données d'un faible intérêt et être incapable de fournir les informations cruciales pour la gestion de l'entreprise. L'identification et la préparation des données est une activité extrêmement importante dans l'intégration d'un CRM.

- ✓ Partie III. Assurance qualité des logiciels

Ceci fait partie de la démarche qualité qui doit être implicite sur tout projet. Lors de l'initialisation d'un projet CRM, le sponsor avait un objectif qui, dans une pré-étude ou phase de cadrage, a été traduit en besoins métier élémentaires. Le chef de projet doit considérer ces besoins comme des exigences de son « client » et considérer que chacune d'entre elle doit être satisfaite. Un projet sera pleinement réussi lorsque chaque exigence aura été traitée. Tout le long du projet, on se doit donc de mettre en concordance toutes les actions entreprises avec les différentes

exigences.

- ✓ Partie IV. Testing : suivi des tests et organisation des recettes

Une phase capitale du projet est la phase de passage des tests. Du bon déroulement de ceux-ci dépend la qualité de l'ensemble. Les tests doivent être faits par l'équipe projet puis par l'équipe de maîtrise d'ouvrage qui recette l'applicatif. On teste d'abord des « petites » parties du système, puis des parties de plus en plus importantes, au fur et à mesure que le processus d'intégration avance. Chaque niveau d'intégration dépend du bon résultat du niveau précédent. Pour chaque test, on doit décrire les conditions de réalisation, les données et les événements en entrée, les données et les événements à obtenir. Chaque défaut doit être recensé, qualifié, signalé aux personnes responsables de sa correction ; une fois que celle-ci est faite, le test doit être relancé, puis ceux qui en découlent.

Module 08 : CRM Training

Jean Baptiste FERRERA

40 heures

4 ECTS

Avec la plateforme TrailHead, les élèves complèteront leurs connaissances et leurs compétences sur des notions complémentaires aux Modules 03 et 05. Ils pourront ainsi mesurer leur apprentissage via des badges.

De plus, à l'aide de QCM, les élèves pourront s'entraîner via des tests systématiquement corrigés, question par question, afin de préparer une certification sur le CRM Salesforce.

Module 09 : Méthodologie de projet

Vincent CHAZARENC

40 heures

4 ECTS

L'installation d'un CRM dans une entreprise est un processus complexe qui s'appuie sur une expérience « terre à terre » de ce qui marche et ce qui ne marche pas, une connaissance des erreurs que les anciens ont faites et se sont promis de ne plus faire, une démarche ou « feuille de route » qui garantit qu'on arrivera à la fin du projet quoique qu'il arrive, même si, dans le cas de longs projets, on n'en voit pas toujours l'issue. C'est ce que l'on appelle l'expérience. Notre ambition est de faire partager cette expérience de nos formateurs, de donner aux étudiants des conseils méthodologiques, de leur apprendre à maîtriser ces techniques qui leur permettront d'éviter des pièges et de se sentir plus à l'aise et d'être plus professionnels afin de prendre sans crainte des responsabilités de Chef de Projet. Nous n'avons pas la prétention d'être détenteur de LA méthode ; d'ailleurs chaque ESN, chaque grande entreprise a développé la sienne, même si l'expérience montre qu'elles se ressemblent beaucoup, les différences venant souvent plus du vocabulaire que du contenu.

La méthode enseignée s'attachera :

- ✓ Au découpage en activités demandant des compétences différentes : Nous verrons qu'un projet met en œuvre des compétences très diverses (métier, architecte informatique, formateur, etc....) qui doivent intervenir au bon moment avec les bonnes informations pour préconiser les bonnes solutions. Nous étudierons spécialement le besoin d'orchestration de tous ces spécialistes réunis en différents « chantiers ».
- ✓ Au phasage du projet et ses livrables : nous étudierons les phases, les activités et les tâches préconisées par une méthode ainsi que les différents documents (les « livrables ») qui doivent être constitués.
- ✓ A la conduite du changement : En entreprise, le changement est la chose la plus difficile à gérer : l'entreprise en a besoin, les individus le rejettent car il remet en cause leurs certitudes. Or, la mise en place d'un outil CRM bouleverse les habitudes : c'est une énorme source de frustrations que les consultants doivent aider à dissiper. Les cabinets de conseil en entreprise ont élaboré des démarches pour faciliter cet accompagnement au changement. Nous éclairerons quelques points forts de ces démarches basées sur la pédagogie et la psychologie.

Module 10 : Soft skill

Dr Néjib ABDELMOULA – Responsable du Département Relations Humaines de l'EISTI

40

Heures

4 ECTS

Ce module s'articule en deux grandes parties :

- ✓ Partie I. Animation d'équipes

Ce cours a pour objectif de professionnaliser les étudiants aux fondamentaux du management d'équipe. A l'issue de ce cours les étudiants auront une bonne vision globale de ce qui est attendu d'eux en tant que manager et auront fait un bilan des compétences qu'ils détiennent.

Les différents axes de ce cours sont les suivants :

- A - Les différentes attributions et compétences du manager
- B - Les besoins fondamentaux d'une équipe
- C - Les Motivations
- D - L'Organisation
- E - La Délégation
- F - Le rôle crucial de la Communication

✓ Partie II. Conduite des changements

Ce cours a pour objectif de professionnaliser les étudiants à la conduite du changement : de l'analyse de la demande d'accompagnement à sa conduite. Il met en particulier l'accent sur la compréhension, l'anticipation et le contournement des biais inhérents à la conduite du changement.

Les différents axes de ce cours sont les suivants :

- A - Le processus global du changement
- B - L'analyse des changements
- C - La construction d'un projet d'accompagnement aux changements
- D - Les mécanismes comportementaux humains face au changement
- E - Les principaux leviers d'action à disposition des managers

Module 11 : Fil Rouge

Dr Renaud VERIN – Responsable du Département Transverse (projets) de l'EISTI

46 heures

5 ECTS

L'EISTI s'appuie sur la pédagogie par projet qui favorise le travail collectif pluridisciplinaire. Ainsi, par un Projet Fil Rouge, les élèves peuvent mettre en application toutes les notions vues en cours et les appliquer directement. Cela leur permet surtout de voir comment les modules et les besoins clients s'articulent les uns avec les autres.

Le Projet Fil Rouge est un cas client qui englobe les problématiques auxquelles nous souhaitons que les élèves soient confrontés. La transversalité de la mise en situation cultive chez les élèves leur autonomie et leur permet de développer des qualités d'écoute, d'échange, de rigueur et de professionnalisme.

2. Description du (des) stage(s), déroulement de la thèse professionnelle et dispositif de suivi et d'encadrement mis en place

Stage en entreprise

Le stage représente un équivalent volume horaire de 850 heures incluant une période de travail en entreprise débouchant sur la soutenance d'un mémoire de stage Il s'effectue sur une période de 5 mois minimum et 6 mois maximum. Il peut être effectué dans une entreprise, une collectivité territoriale, un organisme d'état, un laboratoire de recherche, une association, etc. La période identifiée pour le déroulement du stage est d'avril à septembre sur l'année universitaire en cours.

L'encadrement du stage commence par la validation du sujet de stage et fait ensuite l'objet d'un suivi en 3 étapes :

- ✓ Un rendez-vous téléphonique environ 2 (deux) semaines après le début du stage afin de valider l'intégration du stagiaire dans les équipes et la cohérence de la mission avec la formation.
- ✓ Un rendez-vous présentiel

Le stage fait l'objet d'un rapport écrit correspondant au travail réalisé et d'une soutenance orale.

La validation du stage est conditionnée par l'obtention d'une moyenne supérieure ou égale à 12/20 (douze sur vingt).

Thèse professionnelle

La thèse professionnelle est une réflexion générique personnelle sur un thème lié au Diplôme Universitaire « Expert Projet CRM Digital ». Elle fait l'objet d'un mémoire et d'une soutenance de cette thèse professionnelle devant un jury.

La validation de la thèse professionnelle est conditionnée par l'obtention d'une moyenne supérieure ou égale à 12/20 (douze sur vingt).

La thèse professionnelle correspond à un total de 30 crédits ECTS.

D. Sites géographiques des lieux de formation des établissements préparant le titre

Indiquer l'adresse du ou des lieu(x) de préparation de la formation et préciser si la formation est dispensée à 100% sur chaque site ou si elle est répartie sur plusieurs (si tel est le cas, indiquer le taux de répartition sur les différents sites)

EISTI – Ecole Internationale des Sciences du Traitement de l'Information
Avenue du Parc
95 000 CERGY PONTOISE

E. Implication des professionnels

Contribution

Les professionnels sont impliqués dans la pédagogie du Diplôme Universitaire « Expert Projet CRM Digital ». La répartition des cours se fait de la façon suivante :

- ✓ La partie théorique est assurée par les enseignants de l'EISTI
- ✓ La partie pratique et applicative est assurée par des intervenants extérieurs

Par ailleurs, les professionnels assurent l'encadrement des stagiaires sur le terrain (850 heures), sur la base de la supervision des stages.

La forme d'enseignement ainsi visée relève de l'alternance pédagogique la plus constructive possible entre les savoirs théoriques et les savoirs pratiques.

Modalités

Depuis sa création, l'EISTI a constitué un solide réseau de relations professionnelles. La collaboration engagée avec les acteurs industriels amènera donc à organiser les interventions de façon partagée. Les intervenants extérieurs, experts dans le domaine du CRM, sont proposés par les responsables de modules et soumis à l'approbation de la Commission Scientifique et Pédagogique de l'EISTI.

Fréquences

Les professionnels seront appelés à enseigner selon une pédagogie de l'alternance théorie/pratique répartie sur 430 heures d'enseignement et 850 heures de stage apportant un équilibre constructif entre les savoirs théoriques et les savoirs pratiques.

Pourcentage par rapport aux professeurs permanents (...% du volume horaire total)

La répartition actuelle des différents modules montre la répartition suivante :

- 47% des enseignements théoriques sont assurés par des enseignants-chercheurs de l'EISTI,
- 53% des enseignements pratiques sont assurés par des intervenants professionnels,
- 100% de stages encadrés par des professionnels sur le terrain et supervisés par des enseignants de l'EISTI

L'implication des enseignants de l'EISTI dans les modules M08 et M09 fera que la répartition s'équilibrera comme suit :

- 55% des enseignements théoriques sont assurés par des enseignants-chercheurs de l'EISTI,
- 45% des enseignements pratiques sont assurés par des intervenants professionnels,
- 100% de stages encadrés par des professionnels sur le terrain et supervisés par des enseignants de l'EISTI

F. Décrire le processus d'amélioration continue de la qualité de formation

Organes

L'EISTI procède chaque année à une évaluation de la qualité de toutes ses formations par des questionnaires d'évaluation auprès des apprenants et des entreprises accueillant stagiaires et/ou proposant des embauches.

L'EISTI a été **certifiée ISO9001 version 2008** pour son campus de Cergy début 2010. Le périmètre de la certification a été étendu au campus de Pau début 2012. Tous les processus de formation font bien évidemment partie de cette certification.

Afin de renforcer ces processus habituels concernant l'ensemble des formations, le Diplôme Universitaire possèdera en plus, un **conseil de gouvernance** pour veiller à l'amélioration continue de sa qualité.

L'équipe pédagogique assure la formation et le suivi au quotidien du Diplôme Universitaire sous la responsabilité et le contrôle des responsables du programme et du Conseil Scientifique et Pédagogique. La légitimité et les compétences des membres de ce conseil garantissent une bonne analyse et la prise en compte effective au niveau pédagogique des évolutions du marché, des métiers et des activités visé(es).

Le Conseil Scientifique et Pédagogique, conseil permanent dont l'objectif est de mesurer l'adéquation de la formation avec les axes stratégiques fixés par le Conseil Stratégique et de Perfectionnement, et de faire la liaison avec des acteurs référents du secteur d'activité.

Le **conseil de gouvernance** est composé de représentants des partenaires du Diplôme Universitaire, des Responsables de Programme, et de représentants des acteurs légitimes sur la thématique des CRM.

Ce **conseil de gouvernance** est défini pour la première année dans le paragraphe ci-dessous. Pour les années suivantes, les partenaires ne s'interdisent pas de le faire évoluer de façon raisonnable et raisonnée, notamment en fonction de l'évolution du marché des CRM et/ou des partenaires qui le constituent ou pourraient légitimement le rejoindre. Les modalités en seraient les suivantes :

- a) Identification d'un membre potentiel par l'un des partenaires ;
- b) Présentation de la candidature aux autres membres du Conseil Scientifique et Pédagogique, en la

justifiant ;

- c) Soumission au Conseil Stratégique et de Perfectionnement pour « avis » (droit de veto autorisé) ;
- d) Vote du Conseil Scientifique et Pédagogique pour admission du nouveau membre.

Ce conseil ne pourra toutefois pas excéder 10 membres.

Ce conseil de gouvernance aura la charge de surveiller, d'une part, la qualité de la formation tant sur le contenu que la méthode, et d'autre part, la pénétration du marché de la formation. De par sa proximité avec les entreprises, il pourra par ailleurs être force de proposition auprès du Conseil Stratégique et de Perfectionnement, qu'il pourra saisir en toutes occasions. Il appuiera son analyse suivant les indicateurs qu'il aura la charge de définir lors de la première année et dont une liste non exhaustive est donnée à titre d'exemple :

- ✓ Taux d'embauche des diplômés ou taux de promotion des participants à la formation
- ✓ Taux de satisfaction « clients » (étudiants et entreprises)
- ✓ Temps de Recherche de stage/d'emploi
- ✓ Taux d'actifs, d'étudiants et/ou de personnes en recherche d'emploi/réorientation
- ✓ Nombre de candidats à la formation
- ✓ Provenance des candidats (entreprise, écoles d'ingénieurs, écoles de commerce, organismes divers, etc.)
- ✓ Etc.

Composition du comité de Gouvernance

Radjesvarane ALEXANDRE – Directeur Général de l'EISTI

Vincent CHAZARENC - Responsable développement EI Institut

Gladys SAEZ - Responsable Qualité de l'EISTI

Emmanuel HUBERT – Responsable administratif des Mastères Spécialisés®

Fréquence de consultation

Ce conseil de Gouvernance se réunit 2 fois par an en début et en fin de cycle pour établir les bilans et améliorations à venir.

G. Conditions de communication du public sur l'offre de formation

Support de communication

Dans le cadre de ses Mastères Spécialisés®, l'EISTI possède un site internet dédié. Ceci permet de centraliser les descriptifs de tous les Mastères Spécialisés® et des Diplômes Universitaires sous une même « bannière ».

Chaque Diplôme Universitaire possède sa propre plaquette, il en sera de même pour le Diplôme Universitaire « Expert Projet CRM Digital ». Des inserts rédactionnels sur différents sites web, dans différents revue de presse professionnelle ainsi que la participation à différents salons font partie des actions de communication qui seront mise en place autour du Diplôme Universitaire « Expert Projet CRM Digital ».

Processus d'admission

Tout au long de l'année, le responsable pédagogique, ainsi que la personne en charge des relations avec les candidats aux Diplôme Universitaire répondront aux questions posées par les prospects.

L'admission des candidats se fait en trois temps :

- ✓ Etude des candidatures (CV et lettre de motivation) afin de savoir si le profil est recevable,
- ✓ Sélection des dossiers de candidature,
- ✓ Entretien de motivation et évaluation du projet personnel et professionnel du candidat(e).

A l'issue du processus d'admission, le jury final admet, refuse ou place le(la) candidat(e) en liste d'attente.

Les résultats seront communiqués aux candidats dans un délai de deux semaines.

8. Corps enseignant

A. Personnels enseignants internes

Présentation – Liste - Références ...

Par corps professoral permanent, on entend les enseignants salariés de l'EISTI (Ecole Internationale des Sciences du Traitement de l'Information). Celle-ci, porteuse du Diplôme Universitaire est une grande école d'ingénieurs, spécialisée en génie informatique et génie mathématique. Elle est reconnue par l'Etat, habilitée par la Commission

des Titres d'Ingénieur et membre de la Conférence des Grandes Ecoles depuis 2003. Elle est certifiée ISO9001. Depuis le mois de février 2017, l'EISTI est labellisée dans la catégorie « I-Sites » de Paris-Seine (Cergy).

Didier ROUSSEAU

Ingénieur, Chef de projets, Directeur de Projets, Directeur technique et désormais, Directeur des Systèmes d'Information et de l'Organisation de l'EISTI. Ingénieur certifié Novell sur les versions 2.0 à 5.5. Formations à la Direction de Projets, à la gestion financière et au management du changement. Ancien Professeur de l'Education Nationale en second cycle. 25 ans d'expérience des Systèmes d'Information et de leurs projets de déploiements et d'évolution.

Jérôme MORGES

Ingénieur diplômé de l'EISTI. Certified SAP Business One (Consultant & Support) et SAP Business By Design (Service Adviser & Solution Adviser). Consultant Senior en Systèmes d'Information, ancien responsable du pôle ERP de l'EISTI, ancien responsable du pôle BI de l'EISTI, directeur délégué de l'EISTI.

Thierry JOUVIN

Ingénieur diplômé de l'EISTI. Certifié Project Management for IT/IS project au MCE. Nombreuses formations SAP et management de projets. Directeur de Projets et Chargé de Mission Direction Générale EISTI, chef de projets et responsable de domaines applicatifs EDI/SAP, ancien Directeur de l'EISTI campus de Pau, expert EDI SAP.

B. Personnels enseignants qualifiés académiquement :

Joindre les CV sous format A5 maximum

Liste – Compétences (*en lien direct avec la formation*) – Fonctions

Nejib ABDELMOULA

Docteur en sciences humaines, Sorbonne Nouvelle, Paris III. Directeur du département des Relations Humaines

Renaud VERIN

Docteur en Informatique de l'Université de Marne-la-Vallée. Adjoint au directeur académique de l'EISTI.

C. Personnels enseignants qualifiés professionnellement :

Joindre les CV sous format A5 maximum

Liste – Compétences (*en lien direct avec la formation*) – Fonctions

Abdallah BOUBAHRI

De formation médicale (biochimie / Biologie), Abdallah BOUBAHRI s'est reconverti et exerce depuis désormais 8 ans dans le domaine informatique. Consultant formateur certifié Salesforce, il profite de son activité de consultant pour acquérir en plus d'expérience en doublant cette activité par celle de la formation. Ainsi, il fait profiter ses élèves son expérience grandissante.

Vincent CHAZARENC

Vincent CHAZARENC est le responsable de EI Institut, le pôle de formation de EI Technologies.

Fabienne CLOUP

Diplômé de l'IMADE (école de commerce) en 1993, Fabienne CLOUP est Consultante sénior et Formatrice agréée Salesforce chez EI Technologies. Son expérience lui permet de mener à bien tout type de projets chez des clients aux domaines variés (transports, grand distribution, maintenance, ...). Elle met désormais à disposition des personnes qu'elles forment son savoir et son expérience.

Jean Baptiste FERRERA

Diplômé d'un Master Degree de l'Université de Buenos Aires, puis d'un Master Degree de l'Université Panthéon Assas, Jean Baptiste est Bank Account Executive chez EI Technologies. Il possède 10 ans d'expérience dans le domaine Banques/Assurances, et plus particulièrement dans la gestion des clients dans ce domaine. Son expérience et son appétence pour la formation font de lui un formateur avec des cas clients toujours plus intéressants les uns que les autres.

Slimane KACI

Diplômé de l'INSEEC Paris d'un Master en Marketing spécialité « Communication/Information », Slimane KACI est Team Manager et Formation agréé Salesforce chez EI Technologies. Il exerce depuis 7ans tant dans le domaine de l'intégration de solution client que dans la formation, ce qui lui donne une légitimité pour transmettre son savoir.

D. Tableau récapitulatif du corps enseignant

Catégorie Corps enseignant	Nombre d'heures enseignées	% heures enseignées
Personnels internes	114	27
Personnels qualifiés académiquement	86	20
Personnels qualifiés professionnellement	224	53
Total	430	100

9. Evaluation et délivrance de la certification

A. Dispositif de contrôle des connaissances

1. Modalités – Règles et procédures

Le contrôle des connaissances s'effectue sur la base du contrôle continu des connaissances. Chaque module est évalué indépendamment suivant les conditions définies par les responsables du programme pour revêtir l'une ou plusieurs des solutions suivantes :

- ✓ Etude de cas
- ✓ Fiche de lecture
- ✓ Etat de l'art
- ✓ Travail personnel de recherche
- ✓ Présentation orale
- ✓ Rapport d'activité
- ✓ Projet personnel ou en équipe
- ✓ Examen intermédiaire et/ou de fin de module

Le choix s'effectue par le responsable pédagogique du module qui jugera du meilleur moyen d'évaluation parmi ceux autorisés par le responsable du programme et ci-dessus mentionnés.

Dans tous les cas, ces modalités seront clairement spécifiées aux étudiants par le responsable de chaque module dans les premières semaines de la formation.

Tout étudiant absent à une évaluation pour cause de force majeure (raison médicale, catastrophe naturelle, etc.) dûment motivée pourra se présenter à une évaluation de rattrapage. Les modalités matérielles et logistiques (documents autorisés, salles, durée, etc.) des évaluations seront précisées en amont de l'évaluation par le responsable pédagogique du module et seront de son ressort unique.

2. Cohérence des modalités d'évaluation

Chaque module, de par sa spécificité, sa difficulté et sa durée sera, comme nous l'avons précisé ci-dessus, est évalué selon l'une ou plusieurs des modalités exposées ci-dessus. La cohérence est assurée par l'attribution de crédits ECTS à chaque module, qui tiendra compte des critères suivants :

- ✓ Pré requis et importance du module et des matières constitutantes,
- ✓ Difficulté du module et des matières constitutantes,
- ✓ Volume horaire du module et des matières constitutantes,
- ✓ Travaux personnels liés au module.

Une attention particulière a été portée sur la cohérence globale de chaque module (modules proches et/ou liés), sur une répartition équilibrée de la difficulté des modules et sur leur volume horaire (10 modules sur 11 ont un volume horaire de 36h).

Le seul module ayant un volume horaire différent s'est vu attribuer un crédit ECTS supplémentaire, garantissant cette cohérence. Les responsables du programme seront garants de la cohérence et de la qualité des évaluations et pourront, le cas échéant, intervenir auprès d'un responsable de module pour s'assurer de moyens et du niveau mis en œuvre dans son module.

B. Sanction des études

1. Conditions d'obtention du titre

Nature des épreuves – Notation – Modalités – Formalisation des règles (*diplôme, rattrapage, voie de recours...*)

La validation du DU sera conditionnée par l'obtention d'une moyenne générale d'au moins 12/20 et de l'obtention de tous les crédits ECTS (75 ECTS). Les modalités d'obtention en sont les suivantes :

- ⇒ Modules de formation : comme énoncé précédemment, ils seront évalués sur la base d'un contrôle continu des connaissances des modules.
L'obtention d'une note inférieure à 5/20 (cinq sur vingt) dans l'une des matières ou évaluation du module est éliminatoire. Une moyenne générale supérieure ou égale à 8/20 (huit sur vingt) permet la validation du module et l'attribution de tous les crédits ECTS associés.
- ⇒ La validation du stage et de la thèse professionnelle : La thèse sera évaluée sur la base d'un rapport écrit et d'une soutenance orale. Cette dernière devra s'effectuer en présence du maître de stage, du tuteur pédagogique et d'une personnalité extérieure ayant une expérience autour des CRM.
Une note sera attribuée à chacun des éléments suivants : Travail réalisé lors du stage, Rapport écrit et soutenance orale. Une moyenne supérieure ou égale à 12/20 (douze sur vingt) permet la validation du stage et de la thèse professionnelle et l'attribution de tous les crédits ECTS associés (30 ECTS).
- ⇒ La validation du Mastère nécessite une moyenne générale d'au moins 12/20 (douze sur vingt) et l'obtention de tous les crédits ECTS : 45 ECTS pour les modules et 30 ECTS pour le stage et la thèse professionnelle, soit un total de 75 ECTS.

Ces règles seront formalisées sur le livret du règlement intérieur de l'établissement. Celui-ci est remis en début d'année à chaque étudiant. Immédiatement ou quelques jours après sa remise, l'étudiant signe un document acceptant le respect du règlement intérieur et mentionnant la remise du dit livret et sa lecture.

2. Si l'accès par la VAE est envisagé, décrire le processus

Le Diplôme Universitaire peut être obtenu par la VAE (Validation des Acquis de l'Expérience), en partie ou en totalité. Le jury de validation est organisé selon les mêmes critères et obéit à la même composition que le jury mis en place pour la validation du diplôme par la voie de la formation initiale ou continue.

3. Règles de constitution du jury de diplôme

Qualité du président du jury

Le président du jury est Pierre SARROLA, Cofondateur & Directeur associé d'EI Technologies

Qualité et nombre des autres personnes composant le jury

Les autres membres permanents du jury sont les suivants :

- ⇒ Radjesvarane ALEXANDRE, Directeur Général de l'EISTI
- ⇒ Emmanuel HUBERT, Responsable administratif des Mastères Spécialisés® de l'EISTI
- ⇒ Vincent CHAZARENEC, Responsable développement EI Institut

Pourcentage de membres extérieurs à l'autorité délivrant le diplôme

La composition ci-dessus du jury s'établit (dans l'actualité de la première année du diplôme, au moins) à trois membres de l'EISTI et cinq membres extérieurs. Dans l'idéal, on devrait atteindre le chiffre de quatre membres de l'EISTI et de quatre membres extérieurs, ce qui établirait un pourcentage de 50 % pour chacune de ces deux catégories.

4. Récapitulatif

VOIES D'ACCÈS	OUI	NON	COMPOSITION DU JURY DE CERTIFICATION
Après un parcours de formation initiale (sous statut d'élève ou d'étudiant)	X		Cf paragraphe 3 ci-dessus
En contrat d'apprentissage		X	Cf paragraphe 3 ci-dessus
Après un parcours de formation continue	X		Cf paragraphe 3 ci-dessus
En contrat de professionnalisation		X	Cf paragraphe 3 ci-dessus
Par expérience (VAE) <i>Date de mise en place : octobre 2019</i>	X		Cf paragraphe 3 ci-dessus

5. Obligations légales vis-à-vis de l'apprenant (Règlement intérieur, informations transmises aux apprenants, informations demandées à l'apprenant) Cf. Annexe 3

Cf. Annexe : Règlement intérieur

10. Financement

A. **Montant des frais de scolarité à titre individuel**

Les frais de scolarité pour les étudiants en formation initiale est de : 11.000 € (Onze mille euros)

B. **Financement des entreprises par des subventions au programme, prise en charge des frais de scolarité par des bourses, autres ...**

Le financement du Diplôme Universitaire « Expert Projet CRM Digital » par une entreprise ou un organisme est possible.

Le montant de ce financement est fixé à : 13.000€ (Treize mille euros)

C. **Subventions** (collectivités territoriales, européennes ou autres formes d'aides aux participants ou au programme...)

Les organismes publics, les collectivités territoriales et européennes peuvent soutenir financièrement la formation.

Dans le cadre de programmes nationaux et européens pour le développement économique ou la recherche, toute subvention accordée au programme pourra permettre son évolution en vue de s'adapter à de nouveaux besoins et sera, à ce titre, un soutien important à la mise en place de cursus adaptés, au développement de réseaux internationaux d'échanges ou à l'utilisation de ressources européennes. Il pourra aussi permettre l'encadrement de thèses professionnelles stratégiques.

CV des intervenants

Abdallah Boubahri

COMPETENCES ET EXPERTISES

- **Bureautique** : Pack office, Outlook
- **Systeme d'exploitation** : Windows, Unix, Linux...
- **Software** : Prologiciel (Alyse), **Hardware** : Imprimantes, scanners...
- **Deploiement informatique** : Brassage, installation de tout le materiel informatique.
- **Formateur** : Organisation et conception de sessions de formations

EXPERIENCES PROFESSIONNELLES

Ei-Technologies : Consultant Formateur Certifié Salesforce ADM 201 & 211

Décembre 2016 à aujourd'hui

- Présentation et animation de formation de Salesforce ADM 201

Neurones IT (pour Christian Dior Paris) : Technicien informatique

Octobre 2016

- Paramétrage des PDA (personal digital assistant)
- Inventaire des imprimantes sur tout le parc informatique Christian Dior (17 sites parisien)

Labco, Technicien et formateur HelpDesk

Décembre 2012 à Mars 2014

- Technicien HelpDesk N 2.
- Installation et démarrage de nouveaux laboratoires médical en France
- Conception et organisation de formations auprès des utilisateurs Labco sur les nouveaux produits informatiques.

DL Sante, Technicien Hotline

Septembre 2011 – Décembre 2012

- Hotline informatique
- Prise d'appels téléphoniques des différents laboratoires, résolutions des problèmes rencontrés sur les sites.

BIOVSM, Technicien d'analyses médicales

Septembre 2007 – Aout 2011

- Manipulation des automates d'Hématologie
- Accueil des patients, expérimentation des échantillons sanguins.

FORMATIONS

2009 BTS de Biologie Médicale

Ecole nationale de Biochimie et de Biologie

2007 BAC Science Technologique des Laboratoires, Option Génie Biologie

Slimane KACI (29 ans)

28 Rue Jules Ferry
Courbevoie (92400)
Mobile : 06.78.71.81.20
E-mail: slimane.kaci@ei-technologies.com
Permis B - Véhiculé

Team Manager / Formateur Salesforce

Expériences professionnelles

- 2017 Team Manager / Formateur chez Ei-Technologies**
- Elaboration de la stratégie de développement
 - Recrutement, formation et certification de formateurs
 - Animation de module de formation Platform AppBuilder DEV402
 - Gestion administrative & gestion de la relation avec l'éditeur
- 2016 (1 an) : Consultant / Formateur Salesforce chez Ei-Technologies**
- Animation des modules de formation ADM201 / ADM211
 - Animation de module de formation SalesCloud
 - Préparation d'atelier et de formation personnalisées / Encadrement de mise en situation fonctionnelle
 - Audit environnement & Analyse des besoins de formation
- 2014 (1 an et 2 mois) : Négociateur / Conseiller en immobilier Cost Immobilier**
- Pilotage des actions de commercialisation : Veille concurrentielle, prospections, suivi de clientèle
 - Gestion de l'image et du positionnement de l'agence
 - Réalisation : moyenne de 17 000€ de chiffre d'affaire mensuel
- 2012 (11 mois) : Assistant chef de projet « Une agence Américaine »**
- Organisation de conférence de presse (relations journalistes, préparation et organisation de conférences de presse)
 - Pilotage du projet AXE ANARCHY ISLAND (Négociation avec prestataires à l'international, Budgétisation, Rétro-planning)
 - Organisation logistique et budgétaire de soirée de lancement événementielle pour le groupe BMW
 - Elaboration de stratégie marketing et événementielle pour AXE (groupe UNILEVER)
- 2010 (1 an) : Alternance: Consultant junior en création d'entreprise**
- Conseil en élaboration du mix marketing
 - Montage financier et business plan
 - Etude de la concurrence, Benchmark, remise de rapport et recommandations

Diplômes & formations

- 2010 – 2012 **Master Marketing spécialité Communication / Information**
INSEEC Paris : Institut des Hautes Etudes Économiques et Commerciales
- 2011 **Certificat d'études Université de Berkeley**
(University of California Berkeley) (Californie, Etats-Unis)
- 2008 – 2009 **DUT Techniques de Commercialisation**
IUT Cergy St Christophe

Compétences

Communication

Sémiologie & Publicité
Création de supports de communication
Gestion de crise
e-réputation
Communication politique & Méthode de conférence

Marketing

Analyse de marché, Benchmark
Business Plan – Seuil de rentabilité
e-marketing
Planning Stratégique

Langue

Anglais : Courant (TOEIC : 890/990)
Espagnol : niveau académique

Formation

Audit & Analyse des besoins
Elaboration de plan de formation
Animation d'atelier
Accompagnement & Coaching

Informatique

Certifications Salesforce : ADX201 / ADX211 / DEX402 /
SalesCloud
Microsoft Office : Word, Excel, Power Point

Centres d'intérêts

Musique (pratique de la Basse) / Sport en compétition (rugby, natation) / Littérature (mythologie, philosophie, Poésie épique) / Voyages (Road Trip aux Etats-Unis & Caraïbes, Belize...)



COMPÉTENCES

- ▶ **Accompagnement du changement**
 - Analyse et définition de la stratégie de changement
 - Création et mise en place des plans de communication, formation et participation
 - Formation : utilisateurs, formateurs , administrateurs
 - Animation : ateliers, séminaires
 - Coaching, team building

- ▶ **Pilotage de projets**
 - Gestion d'équipe
 - Gestion des indicateurs projet
 - Coordination des relations clients - fournisseurs

PARCOURS

- ▶ 2013 : Consultante Formatrice – El Institut
- ▶ 2013 – 2000 : Chef de projet formation – Atos Consulting
- ▶ 1997-1999 : Chargée de communication – France Telecom Mobiles
- ▶ 1994-1996 : Assistante marketing – TF1 Vidéo

- Certification Salesforce ADM201, Service Cloud
- IMADE, École de Commerce - 1993
- DUT, Techniques de Commercialisation - 1990

EXPERIENCES RÉCENTES

Logista SAF	- Conception des modules de formation Salesforce : Managers, Commerciaux, Marketing, ADV - Animation des formations de formateurs - Pilotage projet
Groupe ATLANTIC	- Accompagnement des administrateurs Salesforce, conception et animation de modules de mise en situation
TOSHIBA	- Conception de la formation pilote (module Ventes de Salesforce) - Animation des formations pilotes
CEGOS	Mise en place de SAP CRM pour la gestion et le suivi des affaires et du portefeuille clients. Conception des modules de formation (INTER et INTRA), formation et coaching des 500 utilisateurs (consultants, commerciaux et assistantes). Pilotage de l'équipe de concepteurs-formateurs
BABILOU	Cadrage de la formation des 120 collaborateurs. Proposition et mise en place du plan de formation, conception des 7 modules de formation, pilotage du projet
SNCF	Mise en place de HR Access et Cognos pour la gestion de l'ensemble du personnel de la SNCF. Conception d'un didacticiel avec Captivate
CCIP (Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris)	Accompagnement lors de la mise en place du CRM Selligent. Mise en place d'un plan de communication autour du projet : newsletter, kit de communication pour les managers, séminaire de lancement du projet. Définition et conception des 8 modules de formation adaptés aux différents publics. Animation des formations des référents CCIP et assistance sur site suite à la mise en production.
Éditions Francis Lefebvre	- Création et mise en place des plans de communication et formations administrateurs et utilisateurs - Création des supports utilisateurs et administrateurs - Animation des sessions et bilan des actions mises en place

Règlement intérieur du Diplôme Universitaire

« Expert projet CRM Digital »

Titre I - DISPOSITIONS GENERALES

Art. 1er : - L'Université de Cergy Pontoise accrédite le programme de formation suivant :

- Diplôme Universitaire en « Expert projet CRM Digital » de l'Ecole Internationale des Sciences du Traitement de l'Information (EISTI)

Il est désigné de la façon suivante :

Diplôme Universitaire en « Expert projet CRM Digital » de l'Ecole Internationale des Sciences du Traitement de l'Information (EISTI).

Art. 2 : L'enseignement comprend six modules pour un total de 430 heures, incluant des enseignements théoriques, des travaux pratiques et des travaux de groupe. Ces enseignements sont complétés par des travaux personnels réalisés en dehors des heures d'enseignement. Les enseignements de même que les travaux personnels pourront avoir lieu sur une plateforme d'enseignement à distance ou bien en visioconférence.

La durée du programme du Diplôme Universitaire en « Expert projet CRM Digital » ne peut en aucun cas être inférieure à deux semestres répartis sur une période maximale de deux ans consécutifs.

Le programme d'enseignement de ce mastère représente quarante-cinq crédits ECTS et la thèse professionnelle correspond à trente crédits ECTS.

Art. 3 : Les grandes orientations du Diplôme Universitaire en « Expert projet CRM Digital » ainsi que la direction pédagogique et scientifique sont assurées conjointement par la direction du DU et son Conseil Pédagogique.

Art. 4 : Les enseignements du DU se déroulent et se tiennent dans les locaux de l'EISTI Cergy,

Art. 5 : L'assiduité aux cours et séminaires est obligatoire. Toute absence, liée notamment à des motifs professionnels, devra être justifiée. Toute personne inscrite qui ne satisfait pas aux conditions d'assiduité sera ajournée et pourra faire l'objet d'une décision d'exclusion. Toute absence non motivée d'un élève-stagiaire est portée à la connaissance de son employeur. La soutenance de la thèse professionnelle est conditionnée par l'assiduité de l'élève-stagiaire aux enseignements du Mastère ainsi qu'à sa participation aux activités pédagogiques organisées dans ce cadre.

Tout comportement, physique, verbal ou écrit, spontané ou provoqué, direct ou indirect, non ciblé ou à l'encontre de tiers ou encore contrevenant à toute législation ou plus généralement considéré inacceptable par l'EISTI, avec ou non intention de dol, sera immédiatement suivi d'une exclusion définitive et sans appel après procédure disciplinaire. L'EISTI se réserve le droit de refuser l'entrée à l'école à tout élève dont le comportement ou la tenue ne seraient pas jugés corrects.

TITRE II - CONDITIONS D'INSCRIPTION EN MASTERE SPECIALISE® DE MANAGEMENT DES SYSTEMES D'INFORMATION DE LA SANTE

Art. 6 : L'admission des élèves-stagiaires et l'organisation des études à l'EISTI, campus de Cergy, sont de la responsabilité de l'EISTI. Sont recevables les candidatures d'étudiants titulaires d'un des diplômes suivants :

- Diplôme d'ingénieur habilité par la Commission des Titres d'Ingénieurs,

- Diplôme d'une des écoles de management habilitées à délivrer le grade de Master;
- Diplôme de 3ème cycle ou diplôme équivalent ;
- Diplôme de Maîtrise ou équivalent habilité par les autorités universitaires ;
- Diplôme étranger équivalent aux diplômes français exigés ci-dessus ;
- Les professionnels justifiant d'une expérience significative dans le domaine de l'informatique par validation des acquis de l'expérience.

Sont recevables les candidatures de personnes justifiant d'au moins 3 ans d'expérience professionnelle et d'un niveau correspondant à Bac + 4.

Une dérogation est accordée à la discrétion du Directeur de la formation jusqu'à 30 % d'une promotion.

Art. 7 : Les candidats sont tenus de déposer leur dossier de demande d'inscription dans les délais prévus par l'EISTI,

Art. 8 : Les candidatures sont soumises à une Commission pédagogique présidée par un responsable de formation et d'un ou plusieurs enseignants de cette formation. Après examen du dossier universitaire et du projet professionnel du candidat et, éventuellement, à l'issue d'un entretien, le responsable de la formation, compte tenu des places disponibles, établit la liste des candidats admis.

Art. 9 : L'admission définitive des candidats est conditionnée par le paiement intégral des droits d'inscription. Et la soutenance des auditeurs se fera sous la condition du règlement total de ses frais de scolarité. En 2019, les frais de scolarité (incluant les frais d'inscription) s'élèvent à 11.000 € pour un particulier et 13.000 € pour une personne sous financement professionnel.

Titre III - ORGANISATION DES STAGES DE FORMATION ET DE LA THESE PROFESSIONNELLE

Art. 10 : Les enseignements dispensés sont complétés par un travail personnel préparé dans le cadre d'une mission en entreprise ou en administration et débouchant sur la soutenance d'une thèse professionnelle. La durée de la mission est comprise entre 5 et 6 mois maximum.

Les participants ayant déjà une activité professionnelle avant l'obtention de leur diplôme pourront réaliser cette mission au sein de leur entreprise ou administration après accord de la direction pédagogique et scientifique du DU et de l'enseignant responsable de la spécialité.

Le thème traité doit correspondre à une préoccupation réelle des chercheurs, des entreprises ou de l'administration. Le sujet de thèse retenu par un élève-stagiaire exerçant déjà une activité professionnelle ne peut porter sur un sujet identique à celui sur lequel il exerce son activité.

L'EISTI se réserve le droit de procéder à la publication des thèses professionnelles. Les modalités et l'étendue de la publication sont arrêtées en accord avec son auteur et le directeur de thèse.

Art. 11: La préparation de la thèse professionnelle s'effectue sous la direction d'un membre de l'équipe pédagogique.

Pour diriger une thèse professionnelle, le responsable de la formation peut éventuellement faire appel à un enseignant-chercheur ou un professionnel ne participant pas aux enseignements du Mastère qui travaillera en association avec un membre de l'équipe pédagogique.

Les propositions de stage et de sujet de thèse professionnelle doivent obtenir l'autorisation du responsable de la formation.

Titre IV - CONTROLE DES CONNAISSANCES ET SANCTION DU TRAVAIL DE RECHERCHE

Art. 12 : Le diplôme de DU est décerné par un jury constitué d'enseignants du DU et des responsables de la formation académique professionnelle. Ce jury peut être présidé par une personnalité.

Art. 13 : Les épreuves de contrôle de connaissance donnent lieu notamment à :

- Un questionnaire à choix multiples;

- La restitution d'au moins une étude de cas ;
- Un examen ou oral ou écrit ;
- La soutenance d'une thèse professionnelle.

La défaillance à l'une des épreuves fait obstacle à sa validation.

Pour chacune des épreuves, il est attribué une note sur 20.

La thèse professionnelle est soutenue par l'élève-stagiaire devant le jury du DU comportant au moins deux membres, dont le responsable avec lequel le mémoire a été préparé.

Toute note de thèse professionnelle inférieure à 10/20 entraîne l'ajournement du candidat.

Art. 14 : Le Diplôme Universitaire en « Expert projet CRM Digital» est décerné à l'élève-stagiaire qui a obtenu une moyenne globale supérieure ou égale à dix sur vingt. Tout élève-stagiaire dont la moyenne générale est inférieure à huit sur vingt est ajourné, sans pouvoir passer de session de rattrapage. Les élèves-stagiaires dont la moyenne générale est supérieure à huit sur vingt mais inférieure à dix sur vingt pourront repasser les épreuves pour lesquelles ils ont obtenu une note inférieure à la moyenne. Les dates de la session de rattrapage sont communiquées au moins 30 jours avant le début des épreuves.

Une mention est décernée à l'élève-stagiaire reçu dans les conditions suivantes :

- a) moyenne générale supérieure ou égale à 10 mais inférieure à 12 : passable.
- b) moyenne générale supérieure ou égale à 12 mais inférieure à 14 : assez bien.
- c) moyenne générale supérieure ou égale à 14 mais inférieure à 16 : bien.
- d) moyenne générale supérieure ou égale à 16 : très bien.

Ces résultats sont rendus publics et consignés dans un Procès verbal de délibération du jury.

Art. 15 : Les dispositions de ce présent Titre sont complétées par une annexe portant règlement des examens.

Annexe 1 portant règlement des examens

Titre I - DISPOSITIONS DISCIPLINAIRES

Art. 1 : Les mesures disciplinaires applicables aux élèves sont les suivantes :

1° l'avertissement donné par le directeur de l'Ecole ;

2° le blâme, infligé dans les mêmes conditions ;

3° l'exclusion, temporaire ou définitive, prononcée par le directeur de l'EISTI, après avis du conseil de discipline prévu à l'article 8 ci-dessous.

Dans les cas graves et urgents, le directeur peut prononcer la suspension d'un élève jusqu'à la décision définitive.

Toute mesure disciplinaire est, à l'exception de l'avertissement, inscrite au dossier de l'élève.

Art. 7 : Le conseil de discipline est saisi par le directeur de l'Ecole toutes les fois que le directeur le juge utile.

Il comprend le directeur de l'Ecole ou son représentant, un représentant de la Direction des études et de la recherche, un responsable du diplôme, un membre de l'équipe pédagogique ainsi qu'un représentant des élèves.

Aucune mesure disciplinaire ne peut être prononcée sans que l'intéressé ait été convoqué et mis en état de présenter sa défense.

Titre II - ORGANISATION GENERALE DES EXAMENS

Art 8 : Les modalités de contrôle des connaissances sont arrêtées chaque année. Les élèves-stagiaires peuvent en prendre connaissance à tout moment par simple demande adressée au responsable de la formation. Elles ne peuvent être modifiées en cours d'année.

Le dépôt de la thèse professionnelle et les dates de soutenance sont fixées par la Direction des études trois semaines à l'avance.

Art. 9 : La convocation des élèves-stagiaires aux épreuves d'examen s'effectue par voie d'affichage sur les panneaux réservés à cet effet ainsi que par courrier électronique, au moins quinze jours avant le début des épreuves. L'information mentionne la date, l'heure et le lieu de chacune des épreuves.

Art. 10 : Seuls seront admis à pénétrer dans la salle d'examen les élèves-stagiaires en possession d'une pièce d'identité permettant d'établir sans autre formalité qu'un examen visuel leur identité et leur qualité d'élève-stagiaires.

L'accès aux salles d'examen sera interdit à tout candidat qui se présentera après le début de l'épreuve d'examen et ce quel que soit le motif du retard. La mention du refus est faite sur le procès-verbal d'examen.

Toutefois, le responsable de salle pourra, à titre exceptionnel, lorsque le retard est dû à un cas de force majeure ou à une circonstance particulière jugée valable et laissée à son appréciation, autoriser le candidat retardataire à composer à condition que le retard n'excède pas le quart du temps imparti pour l'épreuve sans dépasser une heure et qu'aucun candidat n'ait quitté la salle d'épreuve.

La mention du retard et des circonstances sera portée sur le procès-verbal de l'examen. Les justificatifs écrits des retards seront transmis au jury.

Art. 11 : Les épreuves sont placées sous la responsabilité d'un Président de jury qui sera habilité à prendre toutes les mesures nécessaires au bon déroulement des épreuves.

Une personne sera désignée responsable de salle par le Président du jury. Il devra rappeler au début de l'épreuve les consignes relatives à la discipline de l'examen :

- Interdiction de fumer dans la salle et les locaux de l'examen ;
- Interdiction de communiquer entre candidats ou avec l'extérieur par quelque moyen que ce soit ;
- Interdiction d'utiliser ou même de conserver sans les utiliser les documents et matériels non autorisés pendant l'épreuve. Les candidats ne peuvent disposer sur leur table de composition que les seuls documents et matériels expressément autorisés, mentionnés sur le sujet ;

- Lors des épreuves d'une durée supérieure à une heure, aucun candidat ne pourra sortir, temporairement ou définitivement, avant la fin de la première heure, même s'il rend une copie blanche. Pour les épreuves d'une durée inférieure ou égale à une heure, aucun candidat ne pourra être autorisé à sortir définitivement avant la fin de la première heure.

Le responsable de salle fera figurer sur une liste annexée au procès-verbal le nom des candidats admis à sortir temporairement au cours de l'épreuve ainsi que l'heure de sortie et l'heure de retour dans la salle.

Avant de quitter définitivement la salle, les candidats doivent émarger une liste valant attestation de remise de copie.

Art. 12 : L'usage de documents et matériels, notamment électroniques, lors des épreuves constitue un choix pédagogique, à la charge du responsable de l'enseignement. Cette information est communiquée aux élèves suffisamment tôt pour leur permettre de se préparer en conséquence.

A défaut d'indication explicite, sont réputés interdits tous documents et matériels.

Art. 13 : Tout acte ou tout comportement qui donne à un élève-stagiaire un avantage indu lors d'une épreuve constitue une fraude. Entrent notamment dans cette catégorie, l'usage de documents non autorisés, quelle qu'en soit la forme, la communication avec toute autre personne, quel qu'en soit le moyen.

Toute fraude, tentative de fraude ou infraction quelconque au règlement des épreuves fait l'objet, par le responsable de la surveillance, d'un rapport qui est transmis au directeur de la formation et au président du jury, en vue d'éventuelles sanctions disciplinaires.

Art 14 : La soutenance de thèse professionnelle.

La proposition du sujet doit avoir lieu, au plus tard, à la fin du troisième mois suivant le début des cours.

Le sujet et le nom du tuteur doivent être validés.

La thèse professionnelle doit être déposée en deux exemplaires plus un support électronique au moins 3 semaines avant la date de soutenance.

La présentation orale devra avoir une durée de 25 à 30 minutes ; elle sera suivie d'une série de questions de la part du jury.

La thèse professionnelle correspond à 30 crédits ECTS.