

# Master 1 - Conseil et Recherche en Management - CRM

---

FANNY POUJOL

PROFESSEUR DES UNIVERSITES

# Caractéristiques de la formation

Secrétariat du M1 CRM : Nicolas Petit  
Responsable du M2 CRM : Geneviève Musca  
Equipe pédagogique composée d'enseignants-chercheurs



## RÉGIME(S) D'ÉTUDES

**Formation initiale**  
**Executive Education**

## LANGUE(S)

**Français et Anglais**

## CRÉDITS ECTS

**60 crédits**

## STAGE

**24 semaines**

## CAPACITÉ D'ACCUEIL

**25**

## TYPE DE DIPLÔME

**Diplôme de grand  
établissement  
conférant le grade de  
Master**

## ANNÉE UNIVERSITAIRE

**2020/2021**

# Présentation de la formation

---

La Master CRM permet d'acquérir une connaissance approfondie des théories et concepts fondamentaux dans le domaine des organisations. Ce Master vise également le développement d'une démarche scientifique et des méthodes de recherche tant qualitatives que quantitatives.

L'objectif de la formation est de permettre aux étudiants de **s'adapter à des environnements en pleine mutation et de conseiller et accompagner les dirigeants de l'organisation dans l'élaboration de stratégies de transformation, d'adaptation et de conduite du changement.**

Les étudiants seront capables de concevoir, planifier et mettre en œuvre les connaissances et processus de changements organisationnels utiles pour les managers et dirigeants d'entreprise (stratégie, marketing, ressources humaines, contrôle, pilotage de projet, finance, numérique, démarche qualité, sécurité, ...) selon les finalités attendues.

Les enseignements répondent également aux exigences scientifiques et académiques préparant à l'entrée en doctorat. La spécialité permet en effet d'acquérir les compétences nécessaires à la réalisation de recherches originales répondant aux exigences les plus élevées et d'envisager une poursuite d'études en doctorat de sciences de gestion.


# Objectifs de la formation

---

Ce parcours Conseil et recherche forme des consultants, des managers ainsi que des chargé(e)s d'études marketing. Il constitue aussi une première étape dans la formation des enseignants-chercheurs en marketing ou en stratégie avant la thèse de doctorat.

La formation doit permettre aux étudiants de maîtriser les connaissances relatives au management des organisations publiques ou privées et les méthodes de recherche.

Les objectifs de la formation :

- Devenir expert dans un domaine de spécialité choisi
  - Maîtriser des techniques et méthodes quantitatives et qualitatives
  - Devenir expert en méthodologies
  - Maîtriser de la démarche de recherche
- 

# Exemples de Métiers visés

---

**Chercheur, enseignant-chercheur,**

**Consultant interne ou externe en organisation, en management, ressources humaines ou communication (entreprises publiques et privées de tous les secteurs, ONG)**

**Chargé d'études,**

**Chef de projet organisation, conduite du changement,**

**Auditeur**

# Contenu de la formation

Etape 2 : description des éléments constitutifs (EC)			charge horaire		ENSEIGNANTS	MAILS
Libellé de l'EC (60 caractères max)	Statut de l'EC (Obligatoire / facultatif)	ECTS	Présentiel			
Management de projet et introduction aux SI	X Obligatoire à choix	3	24		Quinio Bernard H11:H26	<a href="mailto:bquinio@parisnanterre.fr">bquinio@parisnanterre.fr</a>
Manager l'innovation (en français ou en anglais)	X Obligatoire à choix	4,5	24		18Garanto Annie	<a href="mailto:garantoa@gmail.com">garantoa@gmail.com</a>
Stratégie	X Obligatoire à choix	4	3		3Musca Geneviève (20h) Donia Shorlani (10h)	<a href="mailto:genevieve.musca@parisnanterre.fr">genevieve.musca@parisnanterre.fr</a> ; <a href="mailto:d.chortan@parisnanterre.fr">d.chortan@parisnanterre.fr</a>
Analyse du travail	X Obligatoire à choix	4,5	30		Ein Eli Eva	<a href="mailto:eva.ee@parisnanterre.fr">eva.ee@parisnanterre.fr</a>
Problématisation	O Obligatoire	4,5	30		Abid-Dupont (15h), Tite (7h) Lamari (8h)	<a href="mailto:ma.abiddup@parisnanterre.fr">ma.abiddup@parisnanterre.fr</a> ; <a href="mailto:ttite@parisnanterre.fr">ttite@parisnanterre.fr</a> ; <a href="mailto:lamariracha@gmail.com">lamariracha@gmail.com</a>
Implémentation de la recherche	O Obligatoire	4,5	30		Poujol Fanny	<a href="mailto:fanny.poujol@parisnanterre.fr">fanny.poujol@parisnanterre.fr</a>
Recherche action	O Obligatoire	4,5	30		Pezet Eric	<a href="mailto:eric.pezet@parisnanterre.fr">eric.pezet@parisnanterre.fr</a>
Méthodologie de la recherche Bibliographique	O Obligatoire	3		24	Racha Lamari (18h), Benjamin Lallier (6h)	<a href="mailto:lamariracha@gmail.com">lamariracha@gmail.com</a>
Business English	O Obligatoire	4,5	16	18	Hugues Pauline	<a href="mailto:pauline.hugues@parisnanterre.fr">pauline.hugues@parisnanterre.fr</a>
Marketing (Business Developement)	X Obligatoire à choix	4,5	24	18	BenYoussef Kamel	<a href="mailto:kbenyoussef@parisnanterre.fr">kbenyoussef@parisnanterre.fr</a>
Diversité des configurations de contrôle et d'audit	X Obligatoire à choix	3	24	0	Kuszla Catherine	<a href="mailto:ckuszla@parisnanterre.fr">ckuszla@parisnanterre.fr</a>
Théorie Financière	X Obligatoire à choix	4,5	18	0	Folus Didier	<a href="mailto:didier.folus@parisnanterre.fr">didier.folus@parisnanterre.fr</a>
Introduction à la recherche	O Obligatoire	4,5	30	0	Abid Dupont (15h), Kuszla (6h), Moffat (3h), Leroux (6h)	<a href="mailto:ma.abiddup@parisnanterre.fr">ma.abiddup@parisnanterre.fr</a> ; <a href="mailto:ckuszla@parisnanterre.fr">ckuszla@parisnanterre.fr</a>
Méthodes qualitatives	O Obligatoire	6	30	0	Musca Geneviève (12h), Gilda Simoni (12h), Donia Schorlani (6h)	<a href="mailto:genevieve.musca@parisnanterre.fr">genevieve.musca@parisnanterre.fr</a> ; <a href="mailto:gilda.simoni@parisnanterre.fr">gilda.simoni@parisnanterre.fr</a>
Méthodes quantitatives	O Obligatoire	6	30	30	Grignon Audrey	<a href="mailto:agrignon@parisnanterre.fr">agrignon@parisnanterre.fr</a>
Projet de recherche collaboratif	O Obligatoire	6	30	30	Poujol Fanny	<a href="mailto:fanny.poujol@parisnanterre.fr">fanny.poujol@parisnanterre.fr</a>

Volume horaire total = 358 heures

# Une orientation Recherche

---

Dans le parcours, les activités de recherche, cœur de la formation, sont multiples.

Elles commencent par la discussion sur des articles de recherche en cours et la mise en place d'activités de veille sur les principaux observatoires de tendances (orientations stratégiques, évolutions du comportement du consommateur, par exemple). À partir de ces activités de base, des hypothèses sont générées dans le but d'être testées sur le terrain auprès de managers et de consommateurs à l'aide du déploiement de nombreux outils méthodologiques quantitatifs et/ou qualitatifs. Les travaux empiriques sur le terrain par les étudiants donnent lieu à la réalisation d'essais et de mini-mémoires.

Les résultats obtenus font l'objet d'actions de transmission de connaissances à la fois académiques et appliquées sous la forme de cours, conférences, séminaires. Le travail mené sur des études de cas et dans les ateliers animés par des professionnels permet aux étudiants du parcours Conseil et recherche de faire le lien entre la recherche et la pratique en entreprise.

La participation des étudiants à des congrès leur permet de découvrir de nouvelles pistes de recherche à explorer mais aussi d'affiner leurs pratiques des méthodologies d'étude.

La formation se termine par la réalisation d'un mémoire de fin d'études, où, à partir d'une problématique de recherche académique ou appliqué (dans le cadre d'un stage), les étudiants testent sur le terrain des hypothèses et/ou des propositions originales dont les résultats doivent aboutir à des implications / recommandations et contribuer ainsi à l'élaboration de nouvelles connaissances théoriques, méthodologiques et managériales. Le sujet du mémoire est choisi par l'étudiant sous réserve d'une validation par l'un des membres de l'équipe pédagogique chargé de superviser le mémoire.

# Un parcours en 2 temps

---

La première année de formation permet d'approfondir les connaissances en management des organisations.

La seconde année est structurée autour d'enseignements méthodologiques et de séminaires thématiques (stratégie et RSE, marketing, management des ressources humaines, contrôle et pilotage, finance, logistique, management public) sur les domaines d'intervention ou de recherche.