

M 56 – Mercatique et qualité des services

Disciplines	Horaires pour l'élève	Cours	TP/TD	Total
Sciences économiques, sociales et de gestion /gestion commerciale		29	58	87
	TOTAL			87 h

Objectif général du module

Utiliser les outils spécifiques à la mercatique et qualité des services.

Objectifs du module

1. Appréhender les spécificités mercatiques des services.
2. Définir une stratégie mercatique des services.
3. Mettre en œuvre une gestion opérationnelle des services.
4. Distinguer les facteurs clés de la qualité des services.

Présentation du module - Conditions d'atteinte des objectifs

Le module M 56 est au service de la conception de projet, il s'agit de faire prendre conscience aux étudiants de la nécessité de prendre en compte cette dimension dans la conduite d'un projet lié aux services.

Précisions relatives aux objectifs, attendus de la formation

- 1. Appréhender les spécificités mercatiques des services.**
 - 1.1. Définir un service en mercatique.
 - 1.2. Identifier et comprendre les spécificités de la mercatique des services.
 - 1.3. Définir la participation et l'implication du client et du personnel dans la production du service.
- 2. Définir une stratégie mercatique des services.**
 - 2.1. Identifier les composantes du marché.
 - 2.2. Appréhender la démarche de l'étude de marché.
 - 2.3. Réaliser des choix stratégiques.
- 3. Mettre en œuvre une gestion opérationnelle des services.**
 - 3.1. Identifier les spécificités du plan de marchéage d'une activité de service.
 - 3.2. Proposer un plan de marchéage.
- 4. Distinguer les facteurs clés de la qualité des services.**
 - 4.1. Repérer les principes des outils de la qualité.
 - 4.2. Appréhender la gestion du personnel comme facteur clé de la qualité.