

Catalogue des stages entreprises et de la formation continue en journée

Licence pro. Web analytics

Présentation

Public, conditions d'accès et prérequis

Publics

Ouvert à tous les titulaires de Bac+2

Prérequis

Être titulaire d'un bac+2 (un DEUG ou L2 d'économie/gestion, ou de sociologie, ou de psychologie, ou de géographie, scientifique, ou d'un BTS, ou DUT d'action commerciale : technique de commercialisation, communication, MUC, NRC, CI, marketing, e-marketing, comptabilité, informatique, ...)

Toute personne justifiant d'une longue expérience professionnelle dans les études de marché, dans les études marketing, dans le marketing traditionnel, dans le marketing digital, dans le traitement des données ou de l'information, dans les études sectorielles et pouvant prétendre à une VAP85* ou VAE*.

Le diplôme

Intitulé officiel : Licence professionnelle Droit, économie, gestion mention métiers du décisionnel et de la statistique parcours Web analytics

Objectifs

Cette **licence pro Études marketing online, web analytics** permet à l'auditeur d'acquérir une solide culture générale en marketing digital. L'étudiant appréhendera les différentes méthodes de mesure, de collecte, d'analyse et de représentations des données issues d'agence de communication, d'annonceurs, d'industriels ou récoltées sur le Web, sur des données multicanal.

La formation est composée de cours d'études de marché, de statistiques élémentaires, de marketing, des initiations à des logiciels de data-visualisation, de e-publicité, de e-communication, de e-commerce, de réseaux sociaux, de référencement naturel afin d'appréhender les comportements de l'internaute. Durant le cursus, l'auditeur réalisera des études marketing simples, traitera des données récoltées online, saura en tirer des conclusions, et fera des recommandations marketing. L'auditeur fera également des audits de site internet et devra réaliser un site. Les enseignements sont dispensés pour moitié par des **professionnels du marketing digital**.

Compétences visées

1. Être capable de circonscrire un objet de recherche et de proposer une méthodologie adaptée
2. Savoir traduire les buts d'un commanditaire d'une étude et ses objectifs
3. Rechercher l'information pertinente interne ou externe à une entreprise ou à un service
4. Assurer la conception, la gestion et le traitement d'études quantitatives, géographiques ou qualitatives
 - Savoir récolter ou extraire de l'information fiable qualitative (guide d'entretien), quantitative (rédaction de questionnaire) ou géographique
 - Connaître des bases d'analyse et d'interprétation des données collectées
 - Savoir coder l'information

- Savoir établir des tableaux de bord et des indicateurs pertinents
- Savoir justifier et communiquer des tableaux de bords ou des indicateurs
- Maîtriser des indicateurs statistiques du domaine dans lequel exerce le chargé d'études
- Maîtriser des techniques et l'interprétation de traitements statistiques simples
- Connaître les techniques statistiques avancées et savoir les commander auprès d'un institut d'études ou d'un service statistique
- Maîtriser de la bureautique et des logiciels de traitement et de représentation des données
- 5. Assurer l'interface entre fournisseurs de données et commanditaires d'études
 - Savoir analyser les besoins d'un décideur pour une étude marketing, RH, ou territoriales
 - Savoir argumenter et présenter les résultats d'une étude en fonction des besoins du décideur, ou du commanditaire de l'étude
 - Intégrer un système relationnel d'acteur autour d'une étude, la situer dans son environnement (marketing, RH, territorial)
- 6. Savoir travailler en équipe
- 7. Savoir synthétiser, et présenter par écrit et à l'oral.
- 8. Connaître la réglementation et les problèmes liés à la confidentialité des données
- 9. Maîtriser le tracking des consommateurs, l'analyse de leur navigation, ROI des actions commerciales (visites, conversions, rebond).
- 10. Connaître les indicateurs statistiques propres au WEB.
- 11. Assurer la collecte et l'analyse des données sociales à des fins de conversion, d'engagement, de viralité.
- 12. Savoir faire des recommandations en termes de communication digitale en vue d'une prise de décision

Débouchés

- Acheteur d'espaces Internet
- Assistant chef de publicité
- Assistant de publicité d'agence
- Assistant en publicité
- Assistant média
- Chargé de plan média
- Chargé d'études média
- Consultant média
- Média acheteur /
- Média planneur
- Référenceur web
- Traffic manager
- Web planneur
- Acheteur d'espaces publicitaires web
- Web marketer
- Consultant / Consultante SMO - Social Media Optimization
- Chargé d'affiliation et de partenariats e-commerce
- Chargé d'affiliation et de partenariats web
- Digital brand manager - Responsable de la marque en ligne
- Chargé d'acquisition online

Suites de parcours

- Poursuite d'études au Cnam :
- Diplômes en marketing ou informatique

Voir aussi les formations en

[Multicanal](#)
[études marketing](#)
[Etude de marché](#)
[Média planning](#)
[Réseaux sociaux](#)
[Référencement des contenus](#)
[e-publicité](#)
[Publicité](#)
[Stratégie commerciale](#)
[e-marketing](#)

Méthodes mobilisées

Pédagogie qui combine apports académiques, études de cas basées sur des pratiques professionnelles et expérience des élèves.

Équipe pédagogique constituée pour partie de professionnels. Un espace numérique de formation (ENF) est utilisé tout au long du cursus.

Modalités d'évaluation :

Chaque unité (UE/US, UA) fait l'objet d'une évaluation organisée en accord avec l'Établissement public (certificateur) dans le cadre d'un règlement national des examens.

Accessibilité public handicapé :

Nos formations sont accessibles aux publics en situation de handicap. Un référent Cnam est dédié à l'accompagnement de toute personne en situation de handicap.

Modalités et délais d'accès

Les inscriptions se déroulent dès le mois de mai pour les formations qui débutent en octobre (semestre 1) et dès novembre pour les formations qui débutent en février (semestre 2).

Description

Cliquez sur l'intitulé d'un enseignement ou sur Centre(s) d'enseignement pour en savoir plus.

6 ECTS Mercatique I : Les Etudes de marché et les nouveaux enjeux de la Data ESC101
4 ECTS Mercatique II : Stratégie marketing ESC102
6 ECTS Etudes quantitatives en Management (Distribution, Marketing, RH). ESC104

Une UE **Total**
6 ECTS

à choisir parmi :

Voir toutes les UE [Fermer](#)

Datavisualisation pour tous
NTD204

Datascience au service de la gestion de la relation client – CRM
CSV002

Informations pratiques

Contactez votre centre

Code Stage : LP13802A

 **Participer
à une réunion d'info**

 **Tarifs**

 **Indicateurs de résultat**

 **Accessibilité**

Candidature

La Roche-sur-Yon
UIMM - FabAcademy
[Voir le site](#)

Saint-Laurent-sur-Sèvre
Lycée St Gabriel
[Voir le site](#)



saint
gab'

**ENSEIGNEMENTS
FORMATIONS**



Avec le soutien de

alternance
Manufacturing
Recrutement pour l'alternance industrielle

<https://formation-entreprises.cnam.fr/licence-pro-web-analytics-1415049.kjsp?RH=1404460007655>