le cnam

Catalogue des stagesentreprises 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 sociologue, 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. Maitriser 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

Programme

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 à choisir parmi : Total 6 ECTS

Voir toutes les UEFermer

6 ECTS
Datavisualisation pour tous
NTD204

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

6 ECTS
Boîtes à outils et méthodologie
ESC125

6 ECTS
Anglais professionnel
ANG320

4 ECTS
Référencement payant (SEA) et Social Ads
ESC127

E-commerce 4 ECTS
ESC128

4 ECTS
Référencement naturel (SEO)
ESC131

4 ECTS
Marketing et réseaux sociaux
ESC130

10 ECTS
Projet tutoré, Stage et Mémoire
UA180L

Informations pratiques

Contact

Contactez votre centre

Centre(s) d'enseignement

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