

# Licence professionnelle Droit, économie, gestion mention métiers du décisionnel et de la statistique parcours Études de marché

## Présentation

### Publics / conditions d'accès

**Prérequis de cette licence professionnelle Etudes Marketing, Etudes de Marché off line :** Sélection obligatoire sur dossier de candidature.

-être titulaire d'un bac+2 (un DEUG ou L2 d'Economie/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 la prospective, dans les études sectorielles et/ou territoriales et pouvant prétendre à une VAP85\* ou VAE\*.

Compte tenu de la teneur professionnelle de cette formation, un examen du dossier permettra de connaître les motivations et les projets professionnels des candidats. Le dossier de candidature est à télécharger sur le site.

### Objectifs

Cette **formation en Etudes Marketing, en Etudes de marché off line**, professionnelle et universitaire, permet à l'auditeur d'acquérir une solide culture générale en études de marché, en études marketing, ou en études sectorielles. L'étudiant appréhendera les différentes méthodes de mesure, de collecte, d'analyse et de représentations des données provenant d'études issues d'instituts de sondages, d'agence de communication, d'annonceurs, d'industriels ou récoltées sur le Web, sur des données multicanal.

Cette **licence pro Etudes Marketing, en Etudes de marché off line** est composée de cours d'études de marché, de marketing, de sociologie, de statistiques élémentaires, de marketing, des initiations à des logiciels (SAS, Géoconcept, outils de Data-visualisation) afin d'appréhender les comportements du consommateur, du citoyen, de l'internaute. Durant le cursus, l'auditeur réalisera des études marketing simples, traitera des données récoltées off line ou on line, saura en tirer des conclusions, et fera des recommandations marketing.

Cette **licence pro Etudes Marketing, en Etudes de marché off line** est dispensée pour moitié par des professionnels du monde des études marketing.

Cette formation peut être suivie entièrement à **distance** ou/et en **cours du soir**.

## Compétences

**Compétences visées à l'issue de cette licence pro Etudes Marketing, Etudes de Marché off line**

🌟 Valide le 16-02-2019

Fin d'accréditation au 31-08-2019

**Code : LP13801A**

60 crédits

Licence professionnelle

**Responsabilité nationale :**  
EPN15 - Stratégies / Valérie CHARRIERE-GRILLON

**Niveau d'entrée requis :**  
Niveau III

**Niveau de sortie :** Niveau II

**Mention officielle :** Arrêté du 24 août 2016.

Accréditation jusque fin 2018-2019.

**Mode d'accès à la certification :**

- Apprentissage
- Contrat de professionnalisation
- Formation continue
- Validation des Acquis de l'Expérience

**NSF :** Mathématiques de l'économie, statistique démographique, mathématiques des sciences sociales, des sciences humaines (114d) , Spécialités pluridisciplinaires, sciences humaines et droit (120) , Géographie (121) , Commerce, vente (312) , Etudes de marchés et projets commerciaux (312n)

**Métiers (ROME) :** Chargé / Chargée d'enquêtes (M1401) , Analyste en intelligence économique (M1403) , Analyste prix / pricing (M1403) , Assistant chargé / Assistante chargée d'études socio-économiques (M1403) , Chargé / Chargée d'études commerciales (M1403) , Chargé / Chargée d'études de marché (M1403) , Chargé / Chargée d'études économiques (M1403) , Chargé / Chargée d'études en marketing (M1403) , Chargé / Chargée d'études socio-

1. Etre 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. Connaître des bases du marketing et du comportement des consommateurs
10. Connaître des principes de veille, de benchmark
11. Connaître des différentes stratégies marketing
12. Maîtriser les indicateurs statistiques clés du marketing
13. Maîtriser les techniques d'une étude concurrentielle en vue d'une prise de décision
14. Savoir faire une recommandation marketing en vue d'une prise de décision

économiques (M1403) ,  
Assistant / Assistante  
d'enquêtes terrain (M1404) ,  
Chargé / Chargée de terrain -  
management et gestion  
d'enquêtes (M1404) ,  
Tendancier / Tendancieuse  
(M1702) , Assistant /  
Assistante marketing (M1705)

**Code CNCP : 29969**

**Code CertifInfo : 91277**

**Contact national :**

Cnam - EPN15

1D3P10, 37.2.12, 2 rue

Conté

75003 Paris

01 40 27 21 30

Cherifa Michaud

[cherifa.michaud@lecnam.net](mailto:cherifa.michaud@lecnam.net)

# Enseignements

60 ECTS

Mercatique I : Les Etudes de marché et les nouveaux enjeux de la Data ESC101

6 ECTS

Mercatique II : Stratégie marketing ESC102

4 ECTS

Etudes quantitatives en Management (Distribution, Marketing, RH). ESC104

6 ECTS

Une UE à choisir parmi : 6 ECTS

Représentation graphique et cartographie EGS109

6 ECTS

Datavisualisation pour tous NTD204

6 ECTS

Méthodologie, logiciels des études de marché, outils des études en ligne ESC125

6 ECTS

Une UE à choisir parmi : 4 ECTS

Test d'anglais (Bulat niveau 1) UA2B14

4 ECTS

Parcours d'apprentissage personnalisé en anglais ANG200

6 ECTS

Anglais professionnel ANG300

6 ECTS

4 UE à choisir parmi : 16 ECTS

Introduction à la sociologie AST001

6 ECTS

Recueil et analyse marketing d'informations qualitatives ESC105

6 ECTS

Veille stratégique et concurrentielle ESC103

4 ECTS

Fonction marketing amont et processus d'innovation GDN201

4 ECTS

TIC et veille NTD205

4 ECTS

Projet tutoré, Stage et Mémoire UA180L

12 ECTS