Licence professionnelle Droit, économie, gestion mention métiers du décisionnel et de la statistique parcours Web analytics - Marketing digital

Licence professionnelle Web Analytics/Marketing digital

Présentation

Publics / conditions d'accès

Prérequis de cette licence pro Web Analytics/Marketing digital : 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, Communication, Filières scientifiques,) ou d'un BTS, ou BUT d'Action Commerciale (Technique de Commercialisation, Communication, MUC, NDRC, CI, Marketing, E-Marketing, E-commerce, GACO), Informatique (BTS SIO, SN, DUT STID),

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

Compte tenu de la teneur professionnelle de la formation proposée, 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.

Cette licence pro Web Analytics est faisable en cours à **distance** le soir en synchrone ou asynchrone**.**

Objectifs

Cette **licence pro Web Analytics/Marketing digital** permet à l'auditeur d'acquérir une solide culture générale en marketing digital, en ecommerce et en web analytics. 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 marketing portant sur les enjeux de la data, 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, apprendra à se servir des outils IA au service du marketing et de la vente, saura en tirer des conclusions, et fera des recommandations marketing/vente. L'auditeur fera également des audits de site internet et devra réaliser un site.
Les enseignements sont dispensés pour moitié par des **professionnels des études, du marketing digital et du ecommerce.**

Cette licence peut être suivie entièrement à distance.

Modalités de validation

Contrôle continu, examen final, projet tutoré

Mis à jour le 27-04-2026

Arrêté du 30 mai 2025. Accréditation jusque fin 2029-2030. le 30-05-2025

Fin d'accréditation au 31-08-2030

Code : LP13802A

60 crédits

Licence professionnelle

Responsabilité nationale : EPN15 - Stratégies / Valérie CHARRIERE-GRILLON

Responsabilité opérationnelle : Tony CARPENTIER

Niveau CEC d'entrée requis : Niveau 5 (ex Niveau III)

Niveau CEC de sortie : Niveau 6 (ex Niveau II)

Mention officielle : Arrêté du 30 mai 2025. Accréditation jusque fin 2029-2030.

Mode d'accès à la certification :

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

NSF : Spécialites pluridisciplinaires, sciences humaines et droit (120) , Commerce, vente (312) , Etudes de marchés et projets commerciaux (312n) , Spécialites plurivalentes de la communication et de l'information (320) , Organisation et gestion : organisation et gestion des campagnes de relations publiques et de communication (320p)

Métiers (ROME) : Web marketer (M1705) , Digital brand manager - Responsable de la marque en ligne (M1705) , Chargé / Chargée d'affiliation et de partenariats web (M1705) , Chargé / Chargée d'affiliation et de partenariats e-commerce

Compétences

1. Assurer la conception, la gestion et le traitement d'études en lien avec le marketing digital et le e-commerce
    - Savoir récolter ou extraire de l'information fiable
    - Connaître des bases d'analyse et d'interprétation des données collectées
    - Savoir coder l'information
    - Savoir, justifier et communiquer des tableaux de bords ou des indicateurs pertinents en marketing digital ou en ecommerce
    - Maîtriser des indicateurs statistiques du domaine
    - 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 data marketing
    - Maîtriser de la bureautique et des logiciels de traitement et de représentation des données
2. Assurer l'interface entre fournisseurs de données et commanditaires d'analyes marketing.
    - Savoir analyser les besoins d'un décideur en marketing ou en ecommerce
    - 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
3. Maitriser le tracking des consommateurs, l'analyse de leur navigation, ROI des actions commerciales (visites, conversions, rebond) à des fins de conversion, d'engagement, de viralité.
4. Savoir faire des recommandations en termes de communication digitale en vue d'une prise de décision
5. Savoir mener des actions de communication digital en se basant sur des indicateurs
6. Savoir utiliser l'IA au service du marketing et de la vente
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. Savoir traduire les buts d'un commanditaire d'une étude et ses objectifs
10. Rechercher l'information pertinente interne ou externe à une entreprise ou à un service

(M1705) , Chargé / Chargée d'acquisition online (M1705) , Web planneur / planneuse (E1402) , Traffic manager (E1402) , Référenceur / Référenceuse web (E1402) , Média planneur / planneuse (E1402) , Média acheteur / acheteuse (E1402) , Consultant / Consultante SMO - Social Media Optimization (E1402) , Consultant / Consultante média (E1402) , Chargé / Chargée d'études média (E1402) , Chargé / Chargée de plan média (E1402) , Acheteur / Acheteuse d'espaces Internet (E1402) , Acheteur / Acheteuse d'espaces publicitaires web (E1402) , Assistant / Assistante média (E1402) , Assistant / Assistante en publicité (E1401) , Assistant / Assistante de publicité d'agence (E1401) , Assistant / Assistante chef de publicité (E1401)

Code répertoire : RNCP40288

Code CertifInfo : 103497

Contact national :

EPN15 Stratégies - ICSV
37.2.08, 2 rue Conté
75003 Paris
01 58 80 86 55
Zahra ADJLOUT
zahra.adjlout@lecnam.net

Enseignements

60 ECTS

Mercatique I : Les Etudes de marché et les nouveaux enjeux de la Data à l'heure de l'IA	ESC101 — 6 ECTS
Mercatique II : Stratégie marketing	ESC102 — 4 ECTS
Etudes quantitatives en Marketing/Vente (Distribution, Marketing, Commerce, Vente).	ESC104 — 6 ECTS

Une UE à choisir parmi : 6 ECTS

Datavisualisation pour tous	NTD204 — 6 ECTS
I.A. & Datascience au service de la gestion de la relation client – CRM	CSV002 — 6 ECTS

Boîtes à outils	ESC125 — 6 ECTS
Anglais et pratiques professionnelles	ANG310 — 3 ECTS
Référencement payant (SEA) et Social Ads	ESC127 — 4 ECTS
E-commerce	ESC128 — 4 ECTS
Référencement naturel (SEO)	ESC131 — 4 ECTS
Marketing et réseaux sociaux	ESC130 — 4 ECTS
Projet tutoré	UA180M — 7 ECTS
Expérience professionnelle ou stage	UA180N — 6 ECTS

Blocs de compétences

Code, N° et intitulé du bloc	Liste de compétences
LP138B12 RNCP40288BC01 Promouvoir sa marque : créer du contenu, optimiser votre référencement naturel et rayonner sur les réseaux sociaux (Usages numériques)	Utiliser les outils numériques de référence en marketing digital pour acquérir, traiter, produire et diffuser de l'information ainsi que pour collaborer en interne et en externe
LP138B22 RNCP40288BC02 Créer son site marchand et actionner les leviers webmarketing (Exploitation des données à des fins d'analyse)	Identifier, sélectionner et analyser avec esprit critique diverses ressources en marketing digital et en e-commerce, notamment Google Analytics, pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation. Analyser et synthétiser des données en vue de leur exploitation en marketing digital et e commerce Développer une argumentation avec esprit critique.
LP138B32 RNCP40288BC03 Expression et communication écrites et orales	Se servir aisément des différents registres d'expression écrite et orale de la langue française. Communiquer par oral et par écrit, de façon claire et non-ambiguë, dans au moins une langue étrangère.
LP138B42 RNCP40288BC04 communication marketing omnicale (Positionnement vis à vis d'un champ professionnel)	Identifier et situer les techniques de communication marketing omincale Caractériser et valoriser son identité, ses compétences et son projet professionnel en communication omnicafonction d'un contexte. Identifier le processus de production, de diffusion et de valorisation des savoirs.
LP138B52 RNCP40288BC05 Action en responsabilité au sein d'une organisation professionnelle	Situer son rôle et sa mission au sein d'un univers de communication ou de commerce digital Respecter les principes d'éthique, de déontologie. Travailler en équipe et en réseau ainsi qu'en autonomie et responsabilité au service d'un projet digital. Analyser ses actions en situation professionnelle, s'autoévaluer pour améliorer sa pratique.
LP138B62 RNCP40288BC06 Réalisation d'un diagnostic et/ou d'un audit pour apporter des conseils	Maîtriser la méthodologie de l'enquête Maîtriser les techniques d'analyse statistique des données et/ou de data mining
LP138B82 RNCP40288BC08 Application de la règlementation en marketing digital (Application de la règlementation du secteur)	Connaître la législation afférente au recueil, à l'exploitation et à la diffusion des données