

Licence Professionnelle Web Analytics/Marketing digital

Licence professionnelle Web Analytics/Marketing digital

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

Présentation

Publics / conditions d'accès

Prérequis de cette licence pro Etudes marketing on line, Web Analytics :
Sélection obligatoire sur dossier de candidature.

-être titulaire d'un bac+2 (un DEUG ou L2 d'Economie/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*.

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** ou en **cours du soir**.

Objectifs

Cette **licence pro Etudes Marketing on line, 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 on line, 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**.

Cette licence peut être suivie à distance ou en présentiel

Modalités de validation

Contrôle continu, examen final, projet tutoré

Compétences

1. Être capable de circonscrire un objet de recherche et de proposer une méthodologie adaptée

Mis à jour le 17-10-2024



Arrêté du 08 juillet 2021.

Accréditation jusque fin 2024-2025. le 28-01-2019

Fin d'accréditation au 31-08-2025

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 08 juillet 2021. Accréditation jusque fin 2024-2025.

Mode d'accès à la certification :

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

NSF : Spécialités pluridisciplinaires, sciences humaines et droit (120) , Commerce, vente (312) , Spécialités plurivalentes de la communication et de l'information (320)

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 (M1705) , Chargé / Chargée d'acquisition online (M1705) , Web planneur / planneuse (E1402) , Traffic manager

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

(E1402) , Référencier / Référencuse 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 :

Cnam - EPN15

1D3P10, 37.2.12, 2 rue Conté

75003 Paris

par_esc.marketing@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	
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
	6 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, Stage et Mémoire	UA180L
	10 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 omnicafe (Positionnement vis à vis d'un champ professionnel)	Identifier et situer les techniques de communication marketing omnicafe Caractériser et valoriser son identité, ses compétences et son projet professionnel en communication omnicafe 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
LP138B72 RNCP40288BC07 Développement et mise en œuvre d'outils en marketing digital (Développement et mise en œuvre d'outils de conception et d'analyse)	Savoir utiliser les outils informatiques du domaine (logiciels de statistique, de traitement d'enquête, SIG...) Concevoir, déployer et administrer un système d'information Recueillir, nettoyer les données et en évaluer la pertinence Maîtriser le développement d'applications d'aide à la décision
LP138B82 RNCP40288BC08	Connaître la législation afférente au recueil, à l'exploitation et à la diffusion des données

