

USM325 - Big Data et intelligence stratégique

Présentation

Prérequis

Ce cours est réservé aux auditeurs du Master Stratégie d'Entreprise et à ceux du Certificat de spécialisation "Décoder le monde qui vient".

Objectifs pédagogiques

Dans le contexte du big data, l'exploitation des données internes et externes est devenue un enjeu majeur d'aide à la stratégie d'une organisation. Le manager doit aujourd'hui développer une vision stratégique de la valorisation des données qu'il peut mobiliser pour éclairer son pilotage. Le cours vise à développer cette culture de la données et la dimension stratégique associée à l'exploitation des données. Cette stratégie nécessite également une bonne compréhension de l'ensemble de la chaîne de la donnée et une certaine maîtrise des outils disponibles pour le pilotage.

Programme

Contenu

- Généalogie du phénomène « Big data » et contextualisation historique. Le big data et l'IA en entreprise : mythes et réalités.
- Écosystème Big data et organisations : panorama et maturité des acteurs internes et externes en entreprise
- Valorisation des données internes des entreprises, système d'information, gouvernance des données.
- Business Intelligence : définition, enjeux.
- Études de cas en reporting, exemple avec PowerBI.
- Projet data : spécificités de la démarche d'un projet data et livrables associés, limites et points critiques.
- Panorama des techniques de data-mining, classification des méthodes, modèles prédictifs.
- Principaux outils de reporting et de datavisualisation déployés dans les entreprises (Qlink, Power BI, Tableau, Talend...).
- Management des données en entreprise, plan de gestion des données : cas de la recherche publique
-
- Analyse de sources principales de données internes et externes intéressant un processus décisionnel (open data, données des SI, données socio-numériques...)
- Panorama des techniques de data-mining, classification des méthodes, modèles prédictifs
- Principaux outils de reporting et de datavisualisation déployés dans les entreprises (Power BI, Tableau, Talend...)
- Conduire un projet data en entreprise : cadres méthodologiques, organisationnels et études de cas
- Limites et points critiques des approches quantitatives pour les processus d'aide à la décision

Modalités de validation

- Projet(s)

Description des modalités de validation

- Un devoir sous forme d'étude de cas et de questions
- Restitution orale du devoir

Bibliographie

Mis à jour le 03-04-2023



Code : USM325

Unité spécifique de type mixte

4 crédits

Responsabilité nationale :

EPN15 - Stratégies / 1

Contact national :

EPN15 - IIM Master stratégie

2 rue Conté

31.2.32

75003 Paris

01 40 27 26 23

Sophie Renaux

sophie.renaux2@lecnam.net

Titre

Auteur(s)

DATABOOK : a standardised framework for dynamic documentation of algorithm design during Data Science projects. IASSIST Quarterly, Vol 45, 2021.

Nesvijevskaia, A.

Data littératie & SHS : développer des compétences pour l'analyse des données, Colloque CODATA-France, Data Value Chain in Sciences & Territoires 14-15 mars 2019 – Paris Val d'Europe, pp.135-142, 2019.

Arruabarrena B,
Kembellec G.,
Chartron G.

Régime de médiation des « données » en contexte professionnel. CIDE 22 22e Colloque International sur le Document Numérique, Paris, France, 2021.

Chartron, G.

Maîtriser l'information stratégique, Collection Information & Stratégie, Éditeur De Boeck, p. 267, 2014.

Bulinge, F.

L'évolution des formations aux métiers de l'intelligence économique, du marketing et de l'Influence à l'ère des big data. Les Cahiers de la SFSIC, Société française des sciences de l'information et de la communication, n°15, 2014.

Desmoulins, L.,
Alloing, C.,
Kembellec, G.,
Eppstein, R., Le
Béhec, M.

Web de données et création de valeurs : le champ des possibles. I2D - Information, données & documents, 53, 28-69, 2016.

Kembellec, G. &
Prime-Claverie, C.