



DIPLÔME

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

Code : LP13802A



Niveau d'entrée : Bac + 2

Niveau de sortie : Bac + 3, Bac + 4

ECTS : 60

Diplôme national

Oui

Déployabilité

Apprentissage : Formation pouvant se suivre en apprentissage

A la carte : Formation pouvant s'effectuer au rythme de l'élève, en s'inscrivant aux unités du cursus

Package : Formation pouvant se suivre en s'inscrivant à un "package" (groupe d'enseignements indissociables)

Contrat de professionnalisation : Formation pouvant se suivre en contrat de professionnalisation

Objectifs pédagogiques

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

Compétences et débouchés

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. 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

Méthodes pédagogiques

Les enseignements théoriques, couplés à des mises en application en travaux dirigés et travaux pratiques sur matériels et logiciels métiers permettront une professionnalisation rapide. L'espace numérique de formation du Cnam (Moodle) permet à chaque enseignant de rendre accessible des ressources spécifiques à ses enseignements. Des modalités plus détaillées seront communiquées au début de chaque cours.

Modalités de validation

Contrôle continu, examen final, projet tutoré

Prérequis et 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**.

MENTIONS OFFICIELLES

Code RNCP

40288

Date d'enregistrement au RNCP

30/05/2025

Date de l'échéance de l'enregistrement au RNCP

31/08/2030

Mots-clés

[Datavisualisation](#)

[Stratégie commerciale](#)

[e-marketing](#)

[Publicité](#)

[e-publicité](#)

[Référencement des contenus](#)

[Etude de marché](#)

[Réseaux sociaux](#)

[Média planning](#)

[études marketing](#)

[Multicanal](#)

[Web Analytics](#)

[Publicité digitale](#)

[Enquête](#)

[Sondage](#)

[Statistique descriptive](#)

[Politique de prix](#)

[Politique de distribution](#)

[Comportement du consommateur](#)

[Marketing de contenu](#)

[E commerce](#)

[Politique produit](#)

[Google Adwords](#)

[classification](#)

[Régression linéaire](#)

[Régression simple](#)

[Série chronologique](#)

[Logiciel SAS](#)

[Logiciel Excel](#)

Informations complémentaires

Type de diplôme

[Licence professionnelle](#)

Code NSF

120 - Spécialités pluridisciplinaires, sciences humaines et droit

312 - Commerce, vente

320 - Spécialités plurivalentes de la communication et de l'information

Codes ROME

Assistant / Assistante chef de publicité[E1401]

Assistant / Assistante de publicité d'agence[E1401]

Assistant / Assistante en publicité[E1401]

Assistant / Assistante média[E1402]

Acheteur / Acheteuse d'espaces publicitaires web[E1402]

Acheteur / Acheteuse d'espaces Internet[E1402]

Chargé / Chargée de plan média[E1402]

Chargé / Chargée d'études média[E1402]

Consultant / Consultante média[E1402]

Consultant / Consultante SMO - Social Media Optimization[E1402]

Média acheteur / acheteuse[E1402]

Média planneur / planneuse[E1402]

Référenceur / Référenceuse web[E1402]

Traffic manager[E1402]

Web planneur / planneuse[E1402]

Chargé / Chargée d'acquisition online[M1705]

Chargé / Chargée d'affiliation et de partenariats e-commerce[M1705]

Chargé / Chargée d'affiliation et de partenariats web[M1705]

Digital brand manager - Responsable de la marque en ligne[M1705]

Web marketer[M1705]

Formacode

Service Adwords [72331]

Service Analytics [72321]

Application réseau social Facebook [72411]

Publicité [34074]

Code du parcours

LP13802

Modules d'enseignement

→ [Anglais professionnel](#)

→ [Boîtes à outils et méthodologie](#)

→ [Datascience au service de la gestion de la relation client – CRM](#)

→ [Datavisualisation pour tous](#)

→ [E-commerce](#)

→ [Etudes quantitatives en Management \(Distribution, Marketing, RH\).](#)

→ [Marketing et réseaux sociaux](#)

→ [Mercatique I : Les Etudes de marché et les nouveaux enjeux de la Data](#)

→ [Mercatique II : Stratégie marketing](#)

→ [Projet tutoré, Stage et Mémoire](#)

Blocs de compétences

Un bloc de compétences est constitué d'un ensemble d'Unités qui répond aux besoins en formation de l'intitulé du bloc.

Les unités ci-dessus sont réparties dans les Blocs de compétences ci-dessous.

Chaque bloc de compétences peut être validé séparément.

Usages numériques

LP138B12

Positionnement vis à vis d'un champ professionnel

LP138B42

Développement et mise en œuvre d'outils de conception et d'analyse

LP138B72

Exploitation des données à des fins d'analyse

LP138B22

Action en responsabilité au sein d'une organisation professionnelle

LP138B52

Application de la réglementation du secteur

LP138B82

Expression et communication écrites et orales

LP138B32

Réalisation d'un diagnostic et/ou d'un audit pour apporter des conseils

LP138B62