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 : Fomation 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 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.

Compétences et débouchés

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

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 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**.**

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
- e-marketing
- e-publicité
- Référencement des contenus
- Intelligence artificielle
- Réseaux sociaux
- études marketing
- Marketing digital

Web Analytics

Search

Community management

Marketing de contenu

E commerce

Google Adwords

Statistique descriptive

Informations complémentaires

Type de diplôme

Licence professionnelle

Code NSF

120 - Spécialités pluridisciplinaires, sciences humaines et droit
312 - Commerce, vente
312n - Etudes de marchés et projets commerciaux
320 - Spécialités plurivalentes de la communication et de l'information
320p - Organisation et gestion des campagnes de relations publiques et de communication

Codes 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[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]

Formacode

Service mesure audience site web [72320]
Communication numérique [46329]

E-commerce [34530]
Marketing digital [34093]
Gestion relation client [34076]
Étude marché [34060]
Publicité [34074]
Application réseau social Facebook [72411]
Service Analytics [72321]
Service Adwords [72331]

Code du parcours
LP13802

URL externe
https://icsv.cnam.fr/se-former/

Modules d'enseignement

- → Anglais et pratiques professionnelles
- → Boîtes à outils
- → Datavisualisation pour tous
- → E-commerce
- → Etudes quantitatives en Marketing/Vente (Distribution, Marketing, Commerce, Vente).
- → Expérience professionnelle ou stage
- → I.A. & Datascience au service de la gestion de la relation client – CRM
- → Marketing et réseaux sociaux
- → Mercatique I : Les Etudes de marché et les nouveaux enjeux de la Data à l'heure de l'IA
- → Mercatique II : Stratégie marketing
- → Projet tutoré
- → Référencement naturel (SEO)
- → Référencement payant (SEA) et Social Ads

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

Exploitation des données à des fins d'analyse
LP138B22

Expression et communication écrites et orales
LP138B32

Positionnement vis à vis d'un champ professionnel
LP138B42

Action en responsabilité au sein d'une organisation professionnelle
LP138B52

Réalisation d'un diagnostic et/ou d'un audit pour apporter des conseils
LP138B62

Application de la règlementation du secteur
LP138B82