

Analyse des données marketing et commerciales



Cliquez-ici
pour vous inscrire

Code CPF

LG036C26

Objectif général

- Identifier, sélectionner et analyser avec esprit critique diverses ressources dans son domaine de spécialité pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation.
- Analyser et synthétiser des données en vue de leur exploitation.
- Développer une argumentation avec esprit critique.

Conditions d'accès

Admission après entretien



Descriptif

Comptabilité et contrôle de gestion
 Découverte introduction au contrôle de gestion
 La comptabilité de gestion
 Les méthodes de calcul des coûts en coûts complets
 Les principales méthodes de calcul des coûts en coûts partiels
 Le processus budgétaire
 Les tableaux de bord de pilotage
 Les Études de marché et les nouveaux enjeux de la Data
 Principes et acteurs du marketing, le marché, le métier des études
 Démarche d'une étude sur un exemple simple
 Méthodologies de recueil d'informations marketing, conception de questionnaires
 Introduction aux études qualitatives et ethnographiques
 Échantillonnage aléatoire et par quotas, notions de stratification
 Analyse d'informations marketing, rappels de statistiques descriptives, application à la segmentation de clientèle (typologie) et au positionnement de produits (analyse factorielle)
 Panels de consommateurs, de distributeurs et d'audience; «access panels»; panels d'internautes.



Modalités de validation

Examens de fin de semestre



Points forts de la formation

Permet de valider le bloc 2 de la licence Gestion parcours Commerce, vente et marketing.

Tarif : 1 863€

PROGRAMME

Modalité du bloc : Tout à distance

Ce bloc est composé de :

- Veille stratégique et concurrentielle
- Mercatique I : Les études de marché et les nouveaux enjeux de la Data
- Datascience au service de la gestion de la relation client - CRM