



Analyse des données marketing et commerciales

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

Tarif : 1 863€

❶ 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.

PROGRAMME

Modalité du bloc : Tout à distance

Ce bloc est composé de :

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