

Objectifs de la formation

Le contexte économique actuel oblige les entreprises, pour garder un avantage concurrentiel, à comprendre et prévoir les attentes des clients.

A partir de bases de données, riches en informations, **on peut mettre en place et utiliser des méthodologies qui permettront de rendre plus efficaces les actions marketing.**

Ces méthodologies reposent essentiellement sur les notions de **statistiques appliquées et d'informatique décisionnelle appliquées à des problématiques marketing.**

Les diplômés de cette formation seront des intermédiaires entre :

. **les spécialistes de l'informatique**, maîtrisant les bases de données et le stockage des informations,

et

. **les spécialistes du marketing**, maîtrisant les concepts du marché, avec des problématiques d'études opérationnelles.

Compétences développées

Les diplômés devront être capables de mettre en place et d'utiliser un **Système d'Information Marketing dynamique**, c'est-à-dire :

1. Comprendre les enjeux stratégiques des entreprises,
2. Construire, gérer et animer les grandes bases de données,
3. Extraire, de la diversité et la complexité des données, des informations pertinentes grâce aux techniques de Statistique et de Data Mining*,
4. Traduire les enjeux stratégiques en outils opérationnels d'aide à la décision,
5. Evaluer les résultats des actions marketing réalisées.

* Le DataMining fait partie des dix technologies émergentes qui, selon le MIT (Massachusetts Institute of Technology), "changeront le monde" (*Le Monde* – 28/02/2001).

Enseignements

La formation s'articule autour de cinq Unités d'Enseignement :

UE0 : Mise à niveau (80 heures)

Compte tenu du parcours initial des étudiants, une mise à niveau permettra à chacun de maîtriser les techniques de base. Cette mise à niveaux sera en **statistique**, en **marketing** et en **environnement informatique**.

UE1 : Statistique (110 heures)

Cet enseignement permettra de maîtriser la qualité des données, savoir en extraire les informations pertinentes en utilisant les techniques appropriées :

Statistique descriptive multidimensionnelle, Techniques de discrimination, modèles de durée et Réseaux de neurones.

Les travaux pratiques se font avec des logiciels reconnus (SAS Entreprise Miner) et largement diffusés dans les entreprises.

UE2 : Marketing (90 heures)

Comprendre les enjeux de l'entreprise et être capable de proposer une méthodologie adaptée à la problématique marketing seront les compétences attendues par ces enseignements :

La gestion de la Relation Client, Les secteurs d'activités et leurs problématiques, La fidélisation du client, La gestion des campagnes et Le géomarketing.

UE3 : Informatique (80 heures)

Cette unité d'enseignement concerne l'organisation d'une base de données, associée à la gestion des données dans différents environnements :

Architecture Client /Serveur, Modélisation des Systèmes d'Informations et des Bases de Données, et Liaisons "Bases de Données/Programmation".

L'informatique décisionnelle : un ensemble d'outils d'aide à la décision qui deviennent indispensables aux entreprises.

UE4 : Communication (60 heures)

Formation transversale entre plusieurs domaines, différents aspects de communication seront abordés :

Anglais, Ressources personnelles, Dynamique de groupe, expression orale et écrite, et Gestion de projets.

Formation pratique

Un projet tutoré (130 heures) permet la mise en application de la formation théorique.

Le sujet est proposé par des entreprises partenaires, qui pourront ensuite accueillir un des étudiants en stage. Il se déroule d'octobre à mars et conjugue des aspects 'statistique', 'informatique', et 'communication' autour d'une problématique 'marketing'.

Ce projet se déroule par étapes, qui sont validées par les tuteurs en entreprise. Il fait l'objet d'une présentation orale, en français et en anglais, et d'un rapport.

Résultats et insertion

La quasi-totalité des étudiants obtient la licence en un an (un seul échec en 5 promotions).

Quelques étudiants, chaque année, poursuivent des études en mastère professionnel. Les autres s'insèrent rapidement dans le monde professionnel (80% en 6 mois, 100% à un an)

D'après une enquête menée auprès des anciens étudiants (mai 2006), plus de 50% d'entre eux ont un statut de cadre moins de 3 ans après le diplôme (plus de 80% en moins de 4 ans).

De réelles collaborations

Dans le cadre des projets tutorés, nous travaillons avec de nombreuses sociétés, en région parisienne et en province.

Des réunions régulières, une gestion de projets rigoureuse et des problématiques réelles permettent d'aboutir à des résultats souvent utiles pour les entreprises.

Quelques noms de sociétés qui nous proposent des projets :

Cofinoga, Aventis, Crédit Agricole, Breiz Restauration, Intersport,....

Nous restons ouvert à toutes nouvelles collaborations : n'hésitez pas à nous contacter.

Métiers visés

Cette formation prépare aux métiers **de chargés d'études dans le domaine du marketing**, avec une spécialité dans le traitement de l'information.

Les intitulés les plus fréquents sont :

- **Chargés d'études** :
 - . en Statistique et Marketing
 - . en ciblage - Marketing Direct
 - . DataMining
 - . Gestion de la Relation-Client (GRC) analytique
- **Analyste Bases de Données Marketing**
- **Gestionnaire de la Connaissance-Client** (*Customer Knowledge Management*)

Stage

Un stage de **16 semaines au minimum**, à partir du mois d'avril permet aux étudiants de mettre en applications les acquis de la formation.

Les stages sont validés par l'équipe pédagogique et font l'objet d'un suivi, avec notamment une visite de stage par un enseignant.

L'évaluation se fait à l'aide d'un **rapport** et d'une **soutenance** en septembre.

L'expérience montre que les stages permettent une insertion opérationnelle efficace dans les entreprises, qui proposent parfois un contrat d'embauche aux stagiaires.

Pour une offre de stage

http://cdc.sphinxonline.net/lutVannes/stages_stid/descriptif.htm

Offre d'emploi

Vous avez une offre d'emploi dans le domaine de la statistique et de marketing : connectez vous sur le site des anciens Etudiants en Statistique de Vannes : www.aesv.net

Renseignements - Contact

Secrétariat des Licences Professionnelles :
IUT de Vannes
8 rue Montaigne BP 561
56017 Vannes
Tél 02 97 62 64 91

www.iu-vannes.fr/formations/sdm