

Centre africain de recherche scientifique et de formation

Licence professionnelle

Statistiques et informatique appliquées au marketing

Pour découvrir le Cres, ses
activités
de recherche, de formation
et d'information
scientifiques,

Se rendre sur le site

www.cres-edu.org

I/ Objectifs général

La licence professionnelle en statistiques et informatique appliquées au marketing a pour objectif de former des spécialistes dans le domaine de la production d'études statistiques appliquées au marketing.

II/ Objectifs spécifiques

A la fin de la formation, les étudiants : 1°) seront capables de réaliser et d'analyser des données marketing (Etude de profils clients, segmentation, scoring) ; 2°) maîtriseront les méthodes et les outils de traitement statistiques des données quantitatives ; 3°) seront capables de gérer les différentes étapes d'une enquête ; 4°) maîtriseront les outils logiciels d'administration et de traitements d'enquête ; 5°) maîtriseront la conception et la gestion de bases de données ; 6°) auront des connaissances de base en entrepreneuriat et gestion des pme.

III/ Programme

La durée du programme est de deux semestres et comprend sept unités d'enseignement (UE) :

UE1 : Probabilités et Statistique de base

EC1) Probabilités (éléments d'analyse combinatoire ; définition de la probabilité ; axiomes du calcul des probabilités ; les schémas de tirages probabilistes ; probabilité de bayes ; les variables aléatoires ; caractéristiques d'une variable aléatoire ; les lois discrètes ; les lois continues ; test d'adéquation à une loi)

EC2) Statistiques de base (Introduction ; Estimation ponctuelle ; Tests d'hypothèses ; Tables statistiques ; Tests du χ^2 ; Les intervalles de confiance ; Régression linéaire)

UE2 : Méthodologie de l'enquête et du marketing

EC1) Méthodologie de l'enquête

a) étapes d'une enquête par sondage ; b) enquête par Internet ; c) conception des questionnaires ; d) construction d'échelles ; e) traitements courants ; e) dispositifs légaux, institutions

EC2) Méthodes et outils du Marketing

a) approche marketing ; b) étapes de la planification marketing ; c) études de marché ; d) Analyse des facteurs de l'environnement ; e) Analyse des besoins de la clientèle ; f) Système d'information et recherche marketing ; g) Segmentation du marché, ciblage et positionnement ; h) produit et marque ; i) prix et distribution ; j) communication ; k) méthodes et outils généraux ; l) approches quantitatives ; m) géomarketing

UE3 : Outils et méthodes statistiques

a) Modélisation statistique ; techniques de sondage ; b) Analyse des données ; logiciels statistiques appliqués au marketing (SPHINX, SPSS)

UE4 : Informatique

a) Initiation programmation web ; b) bases de données et data mining ; c) programmation SAS/SQL/VB ; d) logiciels spécifiques du traitement d'enquêtes ;

UE5 : Entrepreneuriat et gestion des PME

a) Conception du modèle d'affaires (business model) ; b) Conception du plan d'affaires (business plan) ; c) montage juridico-financier ; d) levée de fonds ; e) Principes généraux et outils du management de l'entreprise ; f) Etude de cas sur des projets d'entreprises de services ; g) intelligence économique.

UE6 : projet tuteuré

UE 7 : Stage en Entreprise (six mois)

IV/ Conditions d'inscription

La formation est ouverte aux porteurs d'un diplôme bac+2 ou plus en statistique, informatique, mathématiques appliquées, physique, économie, gestion et marketing..

V/ Frais de formation

Frais d'inscription : vingt-cinq mille (25000) francs CFA ; frais de scolarité : six cent cinquante mille (650.000) francs FCFA ; frais de reprise d'une unité d'enseignement : dix mille (10.000) francs CFA.