

BUSINESS ANALYTICS AND DIGITAL MARKETING

LANGUE:

Français

PRÉREQUIS:

Bachelier en ingénieur
de gestion

METHODES

D'ENSEIGNEMENT:

Conférences,
conférences par des
professionnels, études
de cas, exercices
pratiques sur
ordinateur, discussions
sur des articles
scientifiques et
managériaux, travaux
en groupe avec
supervision
méthodologique
assurée par les
professeurs.

METHODES

D'EVALUATION:

Examens oraux et écrits,
évaluation des travaux
de groupe.
Le travail individuel sur
les articles et
l'apprentissage en ligne
est également évalué.



CONTENU

Les technologies de l'information et de la communication jouent un rôle de plus en plus crucial dans l'évolution des organisations et affectent significativement leurs pratiques et modes de vie. Plus particulièrement, l'utilisation de l'outil informatique comme aide à la prise de décision est désormais considéré comme un élément stratégique dans de nombreuses politiques d'entreprises.

La majeure en Business Analytics and Digital Marketing fournira, dans chacun de ses cours, des outils aux étudiants pour traiter des données, données caractérisées par leur volume, leur variété, leur valeur, leur vélocité ou encore leur véracité. La deuxième partie de la majeure se concentre plus spécifiquement sur le marketing numérique en mettant en lumière la compréhension du comportement des e-consommateurs et les tendances du marketing numérique. L'objectif est d'offrir une perspective approfondie à 360 degrés des problèmes auxquels le directeur du marketing doit faire face.

OBJECTIFS:

La majeure en Business Analytics and Digital Marketing a pour objectif d'apprendre à maîtriser les principales techniques de recherche, de récolte, de nettoyage et d'analyse de données business (données qui peuvent être de différents types et provenir de différentes sources), ainsi que les principales techniques d'interprétation et d'exploitation des résultats obtenus. Les étudiants apprendront à maîtriser la nature stratégique et opérationnelle de tous les aspects des décisions marketing. Ils développeront ainsi des compétences spécifiques qui sont essentielles à la gestion des décisions marketing dans le monde numérique.

Les participants seront équipés des cadres conceptuels les plus significatifs et des dernières réflexions sur l'identification, la formulation et l'évaluation des stratégies et tactiques des entreprises en matière de prix, de vente au détail, d'innovation de produits et de tactique, également dans un contexte de marketing numérique.

COMPETENCES ACQUISES:

Appliquer une démarche scientifique d'analyse de données

Appliquer les méthodes adéquates face à un problème donné

Gérer des projets

Résoudre des problèmes complexes

Porter un jugement critique sur les apports et limites du traitement de données dans une organisation

Connaissance et raisonnement

Capacité à travailler efficacement dans un environnement international et multiculturel

Aptitudes à la communication et aux relations interpersonnelles

5 COURS OBLIGATOIRES

- Data Mining
- Web Mining
- E-comportement du consommateur
- Tendances en Digital Marketing
- Méthodes et modèles en marketing



OPPORTUNITES DE CARRIERE

Le traitement des données (dans tous les volets évoqués ci-dessus) étant désormais un élément clef de toute stratégie d'entreprise, tout étudiant ayant suivi la majeure en Business Analytics and Digital Marketing pourra s'orienter vers tout métier touchant à des données, et donc également, dans de nombreux domaines d'activité. Cette majeure prépare les étudiants qui souhaitent poursuivre une carrière en marketing (gestion du marketing, gestion des produits, gestion des prix, gestion de la distribution, analyste marketing, marketing numérique), en gestion générale et en conseil aux entreprises, grandes ou petites, principalement axées sur le marché national ou ouvertes sur l'international.