

CAHIER DES CHARGES

Data marketing

I. Objectifs

Les objectifs de ce cours sont :

- **Sensibiliser** les étudiants à l'importance des données en marketing;
- **Développer** leurs compétences analytiques concernant des problématiques marketing.

Au terme de ce cours, les étudiants devront être capables :

- **Expliquer** l'importance des données en marketing ;
- **Définir** les concepts relatifs au data-driven marketing ;
- **Prendre en compte** la dimension prédictive dans l'inbound et l'outbound marketing ;
- **Analyser** le fonctionnement des algorithmes et leur utilisation dans le marketing ;
- **Analyser** les possibilités de marchés y afférant.

II. Démarche pédagogique

20 heures de cours ex-cathedra, d'exercices pratiques et de cases studies.

III. Contenu

Le cours devrait aborder les thèmes suivants :

- 1) Introduction : data-driven strategy, consumer centricity, data mining, data science;
- 2) Process overview : acquire, analyse, action:
- 3) Decision tree (algorithm) & Basket analysis
- 4) Cross-validation, bagging, boosting, ... :
- 5) Descriptive analytics : clustering, profiling, ...
- 6) Predictive marketing.

IV. Place dans le cursus

Axe de formation	Marketing
Volume horaire	20h
Langue d'enseignement et d'évaluation	Anglais
Crédits	2
Programme	Master GesEnt (jour)
Années d'étude	1 & 2
Obligatoire ou facultatif	Facultatif
Semestre	1 ^{er} semestre
Dernière mise à jour	Avril 2019
