

**Intitulé**

Intitulé du parcours type : Etudes Statistique, Sondages et Marketing

Mention de rattachement : Métiers du décisionnel et de la statistique

COMUE / UNIVERSITE / ECOLE : UNIVERSITE GRENOBLE ALPES

**Secteurs d'activités et types d'emplois accessibles par le détenteur de ce parcours type**

73.20Z Études de marché et sondages  
70.22Z Conseil pour les affaires et autres conseils de gestion  
63.11Z Traitement de données, hébergement et activités connexes (proposition de OM)  
62.01Z Programmation informatique

**Structures d'emploi**

Instituts de sondage  
Sociétés d'études et au sein de départements marketing  
Grande distribution  
Banques et sociétés d'assurance  
Grandes administrations

**Type d'emploi**

Chargés d'études statistiques  
Chargés d'études de marché  
Chargé d'études marketing  
Chargé de traitement  
Gestionnaire de données  
Assistant statisticien-informaticien des responsables d'études marketing

**Code ROME (5)**

M1403 ÉTUDES ET PROSPECTIVES SOCIO-ECONOMIQUES

M1705 MARKETING

M1404 MANAGEMENT ET GESTION D'ENQUETES

K2401 RECHERCHE EN SCIENCES DE L'HOMME ET DE LA SOCIÉTÉ

M1402 CONSEIL EN ORGANISATION ET MANAGEMENT D'ENTREPRISE

**Activités et compétences spécifiques du parcours type**

Activités visées par le parcours type	Compétences attestées pour pouvoir exercer ces activités
<b>Réalisation d'une étude de marché</b>	Mettre en place une enquête en respectant les différentes étapes de la réalisation et les méthodes d'élaboration d'un questionnaire et d'un plan de sondage Réaliser la mise en ligne informatique et la passation du questionnaire Faire la gestion informatique des enquêtes Traiter statistiquement les réponses Établir la communication orale et/ou écrite des résultats.
<b>Réalisation d'une analyse statistique</b>	Mettre en place une étude de marché en maîtrisant les principes du marketing et les méthodes du marketing quantitatif Maîtriser les méthodes d'enquêtes propres aux études de marché
<b>Réalisation des analyses statistiques séricigiques sur les fichiers d'enquête (modélisation, typologie)</b>	Utiliser les outils de statistique descriptive Appliquer les conditions d'application et en maîtrisant maîtriser les méthodes d'estimations et de tests d'hypothèse, la régression linéaire multiple, l'analyse de variance à un ou deux facteurs, la régression logistique, l'analyse de données (ACP, AFC, AFCM, CAH), les méthodes de traitement de variables qualitatives Elaborer une enquête en respectant les fonctions essentielles des principaux logiciels de statistique utilisés dans le monde professionnel
<b>Mise en place des applications informatiques pour la gestion et la mise en formes de données</b>	Comprendre les principes de base du data mining (analyse discriminante, arbres de décision,...) Analyser les données en utilisant les méthodes de scoring, de segmentation de clientèle Effectuer une hiérarchisation des données en utilisant le scoring, la segmentation de clientèle
	Etablir une analyse statistique en employant les méthodes de sondages, la méthodologie de programmation générale permettant de s'adapter à différents langages Concevoir d'une base de données relationnelle en appliquant la méthodologie de programmation générale permettant de s'adapter à différents langages (proposition de OM) Créer, mettre à jour, interroger, administrer les bases de données Gérer des entrepôts de données et de développer des applications dans leur environnement.

<b>Spécialités de formation</b>		
114D - MATHÉMATIQUES ET SCIENCES MATHÉMATIQUES DE L'ÉCONOMIE, STATISTIQUE DÉMOGRAPHIQUE, MATHÉMATIQUES DES SCIENCES SOCIALES, DES SCIENCES HUMAINES		
325 - COMMUNICATION ET INFORMATION DOCUMENTATION, BIBLIOTHÈQUE, ADMINISTRATION DES DONNÉES		
326 - COMMUNICATION ET INFORMATION, TRAITEMENT DE L'INFORMATION, RESEAUX DE TRANSMISSION		
<b>Mots clefs</b>		
STATISTIQUES		
MARKETING		
ENQUÊTE		
CHARGE D'ÉTUDE		
SONDAGE		
<b>Modalités d'accès pour le parcours concerné (uniquement si différentes de celles appliquées pour la mention de rattachement)</b>		
Conditions d'inscription à la certification		Composition des jurys
Après un parcours de formation sous statut élève ou étudiant	NON	
Après un contrat d'apprentissage	NON	
Après une formation continue	OUI	une moitié d'enseignants-chercheurs, d'enseignants ou de chercheurs participant à la formation des professionnels qualifiés ayant contribué aux enseignements des professionnels qualifiés n'ayant pas contribué aux enseignements
En contrat de professionnalisation	OUI	une moitié d'enseignants-chercheurs, d'enseignants ou de chercheurs participant à la formation des professionnels qualifiés ayant contribué aux enseignements des professionnels qualifiés n'ayant pas contribué aux enseignements
Par candidature individuelle	OUI	une moitié d'enseignants-chercheurs, d'enseignants ou de chercheurs participant à la formation des professionnels qualifiés ayant contribué aux enseignements des professionnels qualifiés n'ayant pas contribué aux enseignements
		Composition des jurys VAE
Par expérience dispositif VAE prévue en 2002	OUI	une majorité d'enseignants-chercheurs des personnes ayant une activité principale autre que l'enseignement et compétentes pour apprécier la nature des acquis, notamment professionnels, dont la validation est sollicitée
<b>Le cas échéant, ciblez trois compétences associées et leurs UE afférentes</b>		
Compétences		UE
Savoir-faire spécifique dans la réalisation et l'analyse de données marketing (Étude de profils clients, segmentation, scoring, ...)		Spécialité 'enquête et marketing
Maîtrise des méthodes et outils de traitement statistique des données quantitatives -		Statistiques
Maîtrise de la conception et la gestion de bases de données		Informatique
<b>Statistiques</b>		
Un an après la fin de la formation, 60 % des étudiants sont en emploi (taux de réponse de 100 % auprès de 16 étudiants) et la moitié d'entre eux sont en CDI dans des instituts de sondages ou des cabinets d'études (source enquête Insertion professionnelle UGA des diplômés 2015).		
<b>Lieu de certification</b>		
UNIVERSITÉ GRENOBLE ALPES - 38400 Saint Martin d'Hères		
<b>Lieu(x) de préparation à la certification déclaré(s) par l'organisme certificateur</b>		
Ce parcours de formation est proposé par le Département STID de l'IUT2 GRENOBLE. Les cours ont lieu sur le campus universitaire de Saint Martin D'Hères		
<b>Liens avec d'autres établissements proposant le(s) même(s) parcours-type(s)</b>		
L'université de Vannes et l'université Lyon 2 propose des parcours relativement similaires de celui de Grenoble. Les principales différences portent sur l'orientation spécifique du parcours vers les études marketing quantitatives et notamment sur la maîtrise des méthodes de sondages, méthodes de sélection d'un échantillon, méthodes de redressement, une spécialité du parcours Grenoblois.		
<b>Historique</b>		
Ce parcours, de la LP Métier du Décisionnel et de la Statistique, fait suite à la création de la Licence Professionnelle Etudes Statistiques, Sondages et Marketing il y a maintenant 12 ans, en formation initiale et continue. Cette licence, reconnue par les milieux professionnels (Instituts de sondages, Société d'études de conseil en marketing et Banques) a décidé au vu de l'intérêt porté par les étudiants et les entreprises pour l'alternance d'ouvrir depuis l'année universitaire 2011-2012 un cursus en alternance exclusivement en contrat de professionnalisation. Depuis sa création, la licence professionnelle a des contacts privilégiés avec les entreprises (instituts de sondage, cabinets d'études, sociétés de logiciels d'enquêtes et sondage en ligne,...). Parfois même celles-ci sont parties prenantes de la formation (conférences et cours des professionnels) ce qui permet à nos étudiants d'accéder à une meilleure connaissance du milieu professionnel.		
<b>Liste des liens sources</b>		
Site internet de l'autorité délivrant la certification		
<a href="http://www.univ-grenoble-alpes.fr">http://www.univ-grenoble-alpes.fr</a>		