

Analytics et mesure du web

Niveau d'étude
Bac +4

Composante
**Institut d'Administration
des Entreprises (IAE)**

Volume horaire
18h

Période de l'année
Semestre 2

En bref

- # **Langue(s) d'enseignement:** Français
- # **Méthodes d'enseignement:** En présence
- # **Organisation de l'enseignement:** Formation initiale
- # **Ouvert aux étudiants en échange:** Non

Présentation

Description

Le cours analyse la place de la mesure d'audience dans un contexte médiatique. Il fournit les clefs pour comprendre l'histoire et le développement de la mesure d'audience et souligne son rôle essentiel dans nos économies. Pour cela, le cours revient spécifiquement au modèle économique de la publicité en ligne et sur l'utilisation des données utilisateurs dans son contexte. Il propose aussi plusieurs heures de TP avec obtention de la certification Google Analytics (niveau 1).

Heures d'enseignement

Analytics et mesure du web - CM	CM	6h
Analytics et mesure du web - TD	TD	12h

Programme détaillé

Media et mesure d'audience
Le marché de la publicité en ligne
-alytics et mesure du web

A/B testing et autres applications
TP google analytics

Compétences visées

Connaissance des marchés médiatiques Connaissance du fonctionnement de la mesure d'audience et des outils associés
Connaissance et pratique approfondie de Google Analytics

Bibliographie

The Economics of Attention markets, David Evans (2017) The Economics of Internet Media, Martin Peitz (2015) Que mesure-t-on quand on mesure l'audience, Emmanuel Fraisse (2002)

Infos pratiques

Lieu(x)

Poitiers-Centre Ville

En savoir plus

<https://iae.univ-poitiers.fr/>