

# 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 notre économie. 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  
Analytics 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/>