

# Innovation Marchés et Science des Données (IMSD)

ANALYSER – DÉCIDER - CRÉER DE LA VALEUR

OUVERT EN FORMATION INITIALE ET EN APPRENTISSAGE

Candidature:

<http://universite-paris-saclay.fr/fr/formation/master/m2-innovation-marche-et-science-des-donnees-imsd>

## OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Le parcours IMSD s'adresse à des étudiants désireux d'acquérir une expertise à l'intersection de l'analyse économique, du marketing et des techniques quantitatives.

Il propose un enseignement à la fois conceptuel et professionnalisé portant sur l'analyse et l'étude de comportements et de marché.

En termes de savoir-faire et compétences, l'étudiant saura :

- ❑ traiter toutes problématiques liées au Big Data
- ❑ faire une analyse marketing à partir de jeux de données et de modèles statistiques
- ❑ maîtriser les analyses socio-économiques, analyser les comportements à partir de modélisations
- ❑ programmer en Scala, Python, JAVA, R, SAS
- ❑ maîtriser des outils comme HIVE, STORM,...
- ❑ faire des questionnaires en ligne avec Sphinx

## RECHERCHE

Le parcours Innovation Marchés et Science des Données (IMSD) s'appuie sur deux unités de recherche intégrées dans l'Université Paris-Saclay :

- ✓ **RITM** de l'Université ParisSud
- ✓ **EPEE** de l'Université d'Evry-Val-d'Essonne

## CONTACTS

- Responsable: Marc-Arthur DIAYE  
([marc-arthur.diaye@univ-evry.fr](mailto:marc-arthur.diaye@univ-evry.fr))

Secrétariat: Nathalie MUREAU ([nathalie.mureau@univ-evry.fr](mailto:nathalie.mureau@univ-evry.fr))

## DÉBOUCHÉS

Le parcours IMSD forme notamment des chargés d'études marketing ou de « data scientist », dans les métiers

- ✓ des études et prospectives socioéconomiques (M1403) ;
- ✓ du management et gestion d'enquêtes (M1404) ;
- ✓ du management relation clientèle (M1704).

### Exemple de métiers:

- ✓ Analyste Marketing relationnel
- ✓ Analyste Connaissance Client
- ✓ Big data analyst
- ✓ Business Intelligence analyst
- ✓ Chargé d'études en statistiques et informatique décisionnelles
- ✓ Consultant statisticien
- ✓ Data analyst
- ✓ Data Mining analyst
- ✓ Data scientist

## MOTS CLES

CRM Analytics • Digital Marketing • PLS Regression • Scoring • Data Mining • SPAD • Olap, Multidimensional Databases, NoSQL • Multicore system tools (Hive, Pig, Spark, Storm,...) • Machine Learning • Programming with R, SAS, Python, Scala • Data visualization • Customer satisfaction • Geomarketing • Data and market value creation • Advanced Microeconomics • Duration Models for marketing • Online Survey

## LIEU(X) D'ENSEIGNEMENT

Evry et Plateau de Saclay

## PARTENAIRES

# Innovation Marchés et Science des Données (IMSD)

ANALYSER – DÉCIDER - CRÉER DE LA VALEUR

OUVERT EN FORMATION INITIALE ET EN APPRENTISSAGE

Candidature:

<http://universite-paris-saclay.fr/fr/formation/master/m2-innovation-marche-et-science-des-donnees-imsd>

## SEMESTRE 1 :

- CRM-Customer Relationship Management: 24h
- Data and market value creation: 12h
- Scoring: 24h
- Introduction au Big data: 15h
- Data mining: 24h
- Regression PLS: 15h
- Microéconomie avancée: 15h
- Marketing digital: 24h
- Anglais: 15h
- Olap, Gestion de bases de données multidimensionnelles, NoSQL: 24h
- Langages de programmation (Python, Java, Scala): 42h
- Enquête en ligne (logiciel SPHINX): 10h
- Remise à niveau en SAS (Etape data, IML, SQL, Macro): 30h
- Remise à niveau en Linux: 12h (Certification LPI)
- Remise à niveau en R: 10h
- Remise à niveau en SPAD: 10h

## SEMESTRE 2:

- Machine learning: 30h
- Multi-core system tools (Hive, Pig, Spark, Storm): 24h
- Data Vizualisation: 15h
- Satisfaction client (modèles structurels): 24h
- Modèles de durée pour le marketing: 12h
- Séries temporelles: 18h
- Préparation au TOEIC: 25h
- Jeux marketing avec StratX Simulations : 15h

## SECRETARIAT

Nathalie MUREAU (nathalie.mureau@univ-evry.fr)

## PARTENAIRES