



---

Programme  
des enseignements de 3<sup>e</sup> année  
Filière Data Science & Marketing  
ANNÉE SCOLAIRE 2021 / 2022

---

# **FILIÈRE DATA SCIENCE & MARKETING**

**ANNÉE SCOLAIRE 2021/2022**

***DATA SCIENCE & MARKETING SPECIALIZATION***

***2021/2022 ACADEMIC YEAR***

# Table des matières

<b>Présentation de la filière</b> .....	<b>4</b>
<b>Descriptifs des enseignements communs</b> .....	<b>7</b>
<b>UE : APPRENTISSAGE AUTOMATIQUE (MACHINE LEARNING)</b> .....	<b>8</b>
APPRENTISSAGE AUTOMATIQUE.....	9
APPRENTISSAGE PROFOND.....	10
TRAITEMENT AUTOMATIQUE DU LANGAGE ET FOUILLE DU WEB .....	11
<b>UE : COMPLÉMENTS D'APPRENTISSAGE AUTOMATIQUE (ADVANCED MACHINE LEARNING)</b> .....	<b>12</b>
REGULARISATION.....	14
APPRENTISSAGE PROFOND AVANCÉ .....	15
TRAITEMENT AUTOMATIQUE DU LANGAGE AVANCÉ .....	16
<b>UE : PROJETS</b> .....	<b>19</b>
PROJET METHODOLOGIQUE.....	20
PROJET DE FIN D'ETUDES.....	21
DATA CHALLENGE .....	22
ANGLAIS .....	23
<b>Descriptifs des enseignements de la filière</b> .....	<b>24</b>
<b>UE SPECIFIQUES FILIERE MARKETING</b> .....	<b>25</b>
MARKETING EXPERIENTIEL ET DIGITAL.....	26
GESTION DE LA RELATION CLIENT .....	27
STRATEGIE MARKETING AVEC MARKET.PRO .....	28
METHODES DE SCORING.....	29
PRICING ET REVENUE MANAGEMENT .....	30
ÉCONOMETRIE DES DONNEES DE PANEL .....	31
MODELE A EQUATION STRUCTURELLES .....	32
MODELE DE REGRESSION BAYESIENNE .....	33
MODELISATION AVANCEE DES CHOIX DISCRETS .....	34
<b>UE : PROJET PROFESSIONNEL ET STAGES</b> .....	<b>35</b>
DROIT DU TRAVAIL .....	36

## Présentation de la filière

---

La formation d'ingénieur de l'Ensaï inclut 6 filières de spécialisation. Toutes ces filières forment aux métiers de la Data Science, avec une maîtrise des outils permettant l'extraction, l'analyse et la fouille de données et une capacité à choisir les modalités de traitements des données massives (Big Data) et des techniques d'apprentissage automatique (machine learning). Selon les spécialisations, ces compétences sont spécifiques à un domaine ou transversales. L'ensemble des filières continue à former aux compétences transversales (soft skills) et à la valorisation des travaux menés dans un contexte professionnel et international. Lors des cours et du projet méthodologique en anglais, les élèves travaillent toutes les compétences linguistiques et communicationnelles et approfondissent leurs connaissances liées au monde de l'entreprise et de la recherche. La séquence de Tronc Commun mêlant enseignements scientifiques, projets et anglais conclut la formation à l'autonomie et la capacité à mettre en œuvre des analyses de données en situation complexe. Un stage de fin d'études est à réaliser à l'issue de la scolarité, qui permet de mettre en œuvre dans un cadre professionnel une démarche scientifique autour d'une problématique en lien avec les enseignements de la filière.

La spécialité Marketing Quantitatif est la spécialité préparant aux métiers de l'analyse quantitative des comportements clients et de la stratégie tarifaire. Le datascientist spécialisé dans le marketing travaille avec les équipes marketing de l'entreprise : en amont il aide l'entreprise à mieux connaître ses clients ou usagers afin de cibler la stratégie marketing de l'entreprise lesquelles sont évaluées en aval. Les domaines d'application sont le retail (traditionnel ou en ligne), l'hôtellerie, les médias et au-delà.

Ces métiers nécessitent donc des ingénieurs mêlant une connaissance large du marketing traditionnel enseigné dans l'UE Culture Marketing et des compétences à forte valeur ajoutée en science des données approfondies dans l'UE Apprentissage automatique. Par ailleurs une UE est dédiée à la connaissance client par des méthodes de scoring et aux techniques de revenue management permettent l'établissement d'une politique tarifaire. De par sa nature, elle permet, au-delà de ses aspects techniques, l'acculturation des ingénieurs aux grands principes marketing dirigeant le monde industriel. En complément des outils de modélisation statistique introduit en 1<sup>è</sup> et 2<sup>e</sup> année, une UE est dédiée à l'étude des données de panel, aux modèles à équations structurelles, à la régression bayésienne, aux modèles de choix discret et aux techniques de la statistique spatiale. Transversalement à ces unités d'enseignement, les applications en informatique (R, Python, Spark, Hadoop etc) sont omniprésentes.

Tout au long de l'année, les étudiants auront à réaliser deux projets qui sont l'occasion de développer l'esprit d'équipe par des travaux en groupes de plusieurs étudiants. Ils ont par ailleurs la vocation de mettre en œuvre les compétences générales suivantes :

- analyser et interpréter les données quantitatives au travers des outils de statistiques descriptives et inférentielles en utilisant un logiciel statistique approprié pour l'analyse des données de volume potentiellement important ;
- concevoir des études marketing, y compris la détermination du périmètre de l'étude ;
- démontrer la maîtrise de la théorie sous-jacente aux méthodes statistiques (apprentissage automatique, modèles de régression, données de panel, économétrie spatiale) ;
- comprendre et mettre en œuvre des approches statistiques innovantes pour analyser des données marketing complexes notamment non structurées ;
- reconnaître les forces et les faiblesses des méthodes analytiques et des sources de données ;
- diffuser et communiquer les résultats à des scientifiques dans les disciplines connexes par la préparation de rapports écrits d'analyses marketing, la comparaison de différentes méthodologies statistiques et la présentation orale des résultats.

En outre, la langue anglaise n'est pas négligée puisque, à l'occasion du projet méthodologique, les étudiants auront à synthétiser un article scientifique dans la langue anglaise avec une défense orale en anglais, sans oublier certains enseignements pouvant être dispensés en anglais.

Des séminaires professionnels présentent la richesse des métiers offerts à l'issue de cette dernière année. À cette occasion, les étudiants rencontrent des professionnels du secteur exposant les problématiques actuelles ainsi que les outils statistiques utilisés.

La filière bénéficie de partenariats avec des acteurs économiques de premier plan. Ces partenariats permettent de développer des échanges privilégiés notamment via des cours, des séminaires professionnels et des stages.

EY Analytics

Orange

MÉDIAMÉTRIE, leader des études médias

SOFT COMPUTING, spécialiste digital, CRM et big data

DISNEY LAND PARIS, 1er site touristique privé en Europe

SOLOCAL GROUP, n°1 européen de la communication digitale locale

BIPE, société d'études et de conseil en stratégie

BNP PARIBAS PERSONAL FINANCE, spécialiste du financement des particuliers

CRÉDIT AGRICOLE

ORANGE

CLARAVISTA

2MV, dataroom de Havas Media

KOWEE, cabinet de conseil en revenue management

SOCIÉTÉ GÉNÉRALE

SOLADIS, société d'études et de conseil en statistique

SNCF

Volume horaire					
	Cours	Ateliers	Projets	Total	Crédits
<b>UE1 Machine learning</b>					
Machine learning	18	12		30	2,5
Apprentissage profond	6	6		12	1
Webmining et traitement du langage	9	12		21	1,5
<b>Total</b>	<b>33</b>	<b>30</b>		<b>63</b>	<b>5</b>
<b>UE1 Bis Compléments de Machine learning</b>					
Apprentissage par renforcement	15			15	1
Apprentissage profond avancé	12			12	1
Systèmes de recommandation	6	6		12	1
Régularisation	9	6		15	1
Traitement du langage avancé		12		12	1
<b>Total</b>	<b>42</b>	<b>24</b>		<b>66</b>	<b>5</b>
<b>UE2 Culture marketing</b>					
Marketing expérientiel et digital	18			18	1
Gestion de la relation client	12			12	1
Stratégie marketing avec Market.Pro		22,5		22,5	1
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>22,5</b>		<b>52,5</b>	<b>3</b>
<b>UE3 Marketing Quantitatif</b>					
Méthodes de scoring	6	18		24	3
Pricing	30			30	2
<b>Total</b>	<b>36</b>	<b>18</b>	<b>0</b>	<b>54</b>	<b>5</b>
<b>UE4 économétrie avancée</b>					
Économétrie des données de panel	15	9		24	1,5
Modèles à équations structurelles	15	9		24	2
Modèles de régression bayésienne	12			12	1
Modélisation avancée des choix discrets	15	9		24	1,5
<b>Total</b>	<b>57</b>	<b>27</b>		<b>84</b>	<b>6</b>
<b>UE Projets</b>					
Projet méthodologique		9	18	27	1,5
Projet de fin d'étude		9	36	45	3,5
Data Challenge		12		12	0
Anglais		30		30	1
<b>Total</b>		<b>60</b>	<b>54</b>	<b>114</b>	<b>6</b>
<b>UE Projet professionnel et stages</b>					
Stage de fin d'études					25
Stage d'application					5
Séminaires et projet professionnels (dont droit du travail)	30			30	0
<b>Total</b>	<b>30</b>			<b>30</b>	<b>30</b>
<b>Sport</b>		<b>30</b>		<b>30</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL 2021</b>	<b>228</b>	<b>211,5</b>	<b>54</b>	<b>493,5</b>	<b>60</b>

# Descriptifs des enseignements communs

---

UE 1 – Machine Learning

# UE : APPRENTISSAGE AUTOMATIQUE (MACHINE LEARNING)

Correspondant de l'UE : Adrien Saumard  
 Nombre d'ECTS : 5

Volume horaire de travail élève : env. 125h  
 (enseignements + travail personnel)  
 Nombre d'heures d'enseignement : 63h

## Finalité de l'UE :

L'apprentissage automatique (machine-learning) est un paradigme essentiellement différent des approches statistiques exploratoires (statistiques au sens classique) ou explicatives (économétrie). Il vise un objectif de prédiction dans la continuité des méthodes d'apprentissage statistique supervisé introduites lors des premières années de la formation d'ingénieur. Largement utilisé dans l'ensemble des professions statistiques à l'heure actuelle (les métiers de la *data science*), l'apprentissage statistique est incontournable dans la formation de l'ingénieur statisticien et trouve de nombreuses applications: prédiction des cours basés à partir d'articles de presse en finance, détection de maladie par imagerie médicale en santé, recommandation de produits en marketing, compression d'images ou encore modèles de traitement du langage, toutes ces applications reposent sur les mêmes bases.

## Structuration de l'UE :

L'UE se compose de 3 matières : apprentissage statistique (*machine-learning*), apprentissage profond (*deep-learning*) et traitement automatique de la langue et fouille du web (*natural language processing and webmining*). L'ensemble de ces matières permettent de mettre en œuvre les techniques classiques, en développant un esprit critique sur leurs limites (sur-apprentissage, grande dimension, représentativité de l'échantillon) et en utilisant des données non structurées (texte, image...). L'UE est accompagnée de séminaires professionnels sur des sujets émergents dans le champ de l'apprentissage statistique.

## Compétences ou acquis d'apprentissage à l'issue de l'UE :

Cette UE permet de maîtriser des méthodes et des outils de l'ingénieur (identification, modélisation et résolution de problèmes même non familiers et incomplètement définis, l'utilisation des approches numériques et des outils informatiques, l'analyse et la conception de systèmes) en développant l'aptitude à étudier et résoudre des problèmes complexes, à concevoir et mettre en œuvre des projets de collecte et d'analyse d'informations et à concevoir et mettre en œuvre des algorithmes prédictifs de *machine-learning*.

## Les pré-requis de l'UE :

Modélisation statistique de 2<sup>ème</sup> année, méthodes d'optimisation et d'algorithmique, aisance en R et Python.

UE 1 - Machine Learning

## APPRENTISSAGE AUTOMATIQUE

### *Machine Learning*

<i>Enseignant</i>	: François PORTIER (Ensay) et Brigitte GELEIN (Ensay)
<i>Nombre d'ECTS</i>	: 2,5
<i>Volume horaire de travail élève (enseignements + travail personnel)</i>	: Env. 60h
<i>Répartition des enseignements</i>	: 18h de cours et 12h d'ateliers
<i>Langue d'enseignement</i>	: Anglais (cours) et Français (ateliers)
<i>Logiciels</i>	: R
<i>Documents pédagogiques</i>	: supports de cours, bibliographie et fiches de TP
<i>Pré-requis</i>	: régression, régression logistique, convergence de lois de probabilité, théorème central-limite, algèbre linéaire ; classification par arbre ; programmation avec R ; programmation orientée objet ; optimisation: maximisation d'une fonction, algorithme de Newton

### Modalités d'évaluation :

- 1 compte-rendu de TP
- examen final

### Acquis d'apprentissage (objectifs) :

Comprendre les différents modèles de l'état de l'art (modèle linéaire: régression et classification, pénalisation, méthodes locales, SVM, forêt) ; Connaître les cas d'usage de ces modèles ; Savoir comparer empiriquement différents modèles pour une tâche donnée ; Savoir implémenter les méthodes étudiées en Python ou R

### Principales notions abordées :

Supervised learning; Regression; Classification; Empirical risk minimization; Model evaluation; Cross validation; Functional approximation; Model complexity; Large scale optimization; Stochastic gradient descent; Regularization; RIDGE and LASSO; Support Vector Machine; Kernel trick; Ensemble methods; Aggregation and Boosting; Random forest.

### Références bibliographiques :

- T. HASTIE, J. FRIEDMAN and R. TIBSHIRANI. *The elements of Statistical Learning: Data Mining, Inference and Prediction* (2nd ed.), 2009
- James, G., Witten, D., Hastie, T., & Tibshirani, R. (2013), *An introduction to statistical learning*, New York: springer.
- Statistical learning with sparsity: the lasso and generalizations, T Hastie, R Tibshirani, M Wainwright – 2019  
Link: <https://web.stanford.edu/~hastie/StatLearnSparsity/>

UE 1 - Machine Learning

## APPRENTISSAGE PROFOND

### Deep Learning

<i>Enseignant</i>	: Romaric GAUDEL (Ensay)
<i>Nombre d'ECTS</i>	: 1
<i>Volume horaire de travail élève (enseignements + travail personnel)</i>	: 25h
<i>Répartition des enseignements</i>	: 6h de cours et 6h d'ateliers.
<i>Langue d'enseignement</i>	: Anglais
<i>Logiciels</i>	: Python (tensorflow)
<i>Documents pédagogiques</i>	: supports de cours, bibliographie et fiches de TP
<i>Pré-requis</i>	: R, Python, modélisation statistique, apprentissage statistique, optimisation de fonctions

### Modalités d'évaluation :

1 Quizz et 1 compte-rendu de TP

### Acquis d'apprentissage (objectifs) :

- identifier une tâche particulièrement adaptée pour un réseau de neurones et/ou un réseau de neurones profond
- identifier et implémenter un réseau de neurone approprié pour un tâche d'apprentissage supervisé donnée (architecture, fonction de coût, méthode d'optimisation)
- utiliser et spécialiser un réseau de neurones pré-entraîné

### Principales notions abordées :

Les réseaux de neurones profonds sont au cœur d'avancées rapides en traitement d'image et de la langue depuis les années 2010. Ce cours présente ces modèles, leur fonctionnement, ainsi que comment les utiliser.

- Principe des réseaux de neurones
- propriétés des réseaux de neurones simples
- descente de gradient
- réseaux de neurones profonds
- architectures particulières : réseaux à convolution ; réseaux récurrents.

### Références bibliographiques :

- Ian Goodfellow, Yoshua Bengio, and Aaron Courville. Deep Learning. 2016

UE 1 - Machine Learning

## TRAITEMENT AUTOMATIQUE DU LANGAGE ET FOUILLE DU WEB

*Natural language processing and webmining*

<i>Enseignant</i>	: Guillaume Gravier (Irisa)
<i>Nombre d'ECTS</i>	: 1,5
<i>Volume horaire de travail élève (enseignements + travail personnel)</i>	: 38h
<i>Répartition des enseignements</i>	: Cours : 9h • Atelier : 12h
<i>Langue d'enseignement</i>	: Anglais
<i>Logiciels</i>	: Python
<i>Documents pédagogiques</i>	: Support de cours, Supports de TP
<i>Pré-requis</i>	: Programmation avec Python, Apprentissage statistique

### Modalités d'évaluation :

Projet

### Acquis d'apprentissage (objectifs) :

- collecter des données, extraire de l'information et apparier des sources textuelles
- choisir une méthode de traitement automatique de la langue pour une tâche classique (classification, analyse de sentiment, détection > d'entités...)
- se repérer parmi le foisonnement des modèles d'étude de la langue

### Principales notions abordées :

1. What's natural language and its processing
2. The representation of words
3. The representation and classification of documents
4. Language modeling and contextual word embedding
5. Sentence-level tagging (token level tasks)
6. Sequence to sequence models and transformers
7. Overview of standard NLP tasks today

### Références bibliographiques :

- Daniel Jurafsky, James H. Martin. *Speech and Language Processing: An introduction to natural language processing, computational linguistics, and speech recognition*, 2nd edition, Prentice-Hall, 2009. Draft of the 3rd edition partly available at <https://web.stanford.edu/~jurafsky/slp3>.
- Yoav Goldberg. *Neural Network Methods for Natural Language Processing*. 2017. An earlier draft is freely available online at <http://u.cs.biu.ac.il/~yogo/nnlp.pdf>.
- Kevin Gimpel's lectures (Toyota Technological Institute at Chicago and UChicago) on Natural Language Processing (<https://ttic.uchicago.edu/~kgimpel/teaching/31190-s18/index.html>) and on Advanced Natural Language Processing (<https://ttic.uchicago.edu/~kgimpel/teaching/31210-s19/index.html>).

UE 1bis – Compléments de Machine Learning

# UE : COMPLÉMENTS D'APPRENTISSAGE AUTOMATIQUE (ADVANCED MACHINE LEARNING)

Correspondant de l'UE

Filières concernées

: Rémi Pépin

Ingénierie des données

Marketing

Génie statistique

Nombre d'ECTS

: 4-6 (cf. ci-dessous)

 Volume horaire de travail élève  
(enseignements + travail personnel)

: 100-150h (cf. ci-dessous)

Nombre d'heures d'enseignement

: 54h-78h (cf. ci-dessous)

## Finalité de l'UE :

L'apprentissage automatique (machine-learning) possède de nombreux cas d'application nécessitant une théorie spécifique. C'est le cas par exemple des applications aux images ou à langue (réseaux de neurones convolutifs, récurrents ou avec mécanisme d'attention) ou aux systèmes autonomes (systèmes de recommandation, apprentissage par renforcement). Des problèmes comme le sur-apprentissage possèdent des solutions provenant de la théorie de la compression du signal (régularisation). Enfin, l'apprentissage sur des données suffisamment massives engendre un arbitrage entre qualité et temps de calcul (apprentissage à grande échelle).

## Structuration de l'UE :

L'UE se compose de 6 matières, et seule la filière ingénierie des données la suit dans son intégralité. Le tableau ci-dessous résume les ECTS et horaires par filière :

	Heures de cours	Heures de travail	ECTS	Ingénierie des données	Marketing	Génie statistique
Régularisation	15	30	1	X	X	X
Apprentissage à grande échelle	12	25	1	X		X
Apprentissage profond avancé	12	25	1	X	X	X
Traitement automatique de la langue avancé	12	18	1	X	X	
Systèmes de recommandation	12	25	1	X	X	
Apprentissage par renforcement	12	25	1	X	X	X
<b>Total</b>				<b>72 h cours 148 h perso 6 ECTS</b>	<b>63 h cours 123 h perso 5 ECTS</b>	<b>48h cours 105h perso 4 ECTS</b>

## **Compétences ou acquis d'apprentissage à l'issue de l'UE :**

Cette UE permet de consolider les acquis d'apprentissage de l'UE 1 Apprentissage statistique et de développer des compétences pour résoudre des problèmes spécifiques à des sous-disciplines d'intérêt (traitement de l'image, traitement du signal, traitement de la langue, systèmes autonomes, données massives...).

## **Les pré-requis de l'UE :**

UE 1 Apprentissage statistique, méthodes d'optimisation et d'algorithmique, panorama du big data, aisance en Python.

UE 1bis – Compléments de Machine Learning

## REGULARISATION

### *Regularization*

<i>Enseignant</i>	: Cédric HERZET (Inria) & Clément ELVIRA (Inria)
<i>Filières concernées</i>	Ingénierie des données Marketing Génie statistique
<i>Nombre d'ECTS</i>	: 1
<i>Volume horaire de travail élève (enseignements + travail personnel)</i>	: 30h
<i>Répartition des enseignements</i>	: Cours : 9h • Atelier : 6h
<i>Langue d'enseignement</i>	: Français
<i>Logiciels</i>	: Python
<i>Documents pédagogiques</i>	: Supports de cours, Supports de TP, Bibliographie
<i>Pré-requis</i>	: Optimisation, Python, Algèbre

### Modalités d'évaluation :

Un examen sur table de 2 heures avec questions de cours et résolution de problèmes, 1 compte-rendu de TP

### Acquis d'apprentissage (objectifs) :

- identifier les cas d'apprentissage statistique et les problèmes inverses où la régularisation est utile : comprendre quels sont les motivations et les objectifs de la pénalisation
- connaître les modèles de régularisation les plus courants et savoir quelles caractéristiques de reconstruction ils favorisent choisir une régularisation parmi les méthodes les plus courantes et estimer un modèle régularisé par une méthode de descente de gradient
- connaître et comprendre les différents types de problèmes d'optimisation et les algorithmes qui permettent de les résoudre numériquement

### Principales notions abordées :

- Ingrédients principaux des problèmes inverses et d'apprentissage statistique + exemples pratiques
- Motivations et objectifs de la régularisation
- Types de régularisation et fonctions de régularisation couramment rencontrées
- Caractérisation des problèmes pénalisés : existence de solution, unicité, conditions d'optimalité.
- Méthodes numériques de résolution de problèmes d'optimisation
- Conditions théoriques de reconstruction correcte

### Références bibliographiques :

- Hastie, Trevor, Robert Tibshirani, and Martin Wainwright. 2015. *Statistical Learning with Sparsity: The Lasso and Generalizations*. CRC Press.
- C. Bishop. *Pattern recognition and machine learning*. Springer-Verlag New York, 2006.
- S. Foucart and H. Rauhut. *A mathematical introduction to compressive sensing*. Applied and Numerical Harmonic Analysis. Birkhäuser, 2013.
- D. P. Bertsekas. *Nonlinear Programming*. Athena Scientific, USA, 2003.

UE 1bis – Compléments de Machine Learning

## APPRENTISSAGE PROFOND AVANCÉ

### *Advanced Deep Learning*

<i>Enseignant</i>	: Romaric GAUDEL (Ensay)
<i>Nombre d'ECTS</i>	: 1
<i>Volume horaire de travail élève (enseignements + travail personnel)</i>	: 25h
<i>Répartition des enseignements</i>	: 3h de cours et 9h d'ateliers.
<i>Langue d'enseignement</i>	: Anglais
<i>Logiciels</i>	: Python (tensorflow)
<i>Documents pédagogiques</i>	: supports de cours, bibliographie et fiches de TP
<i>Pré-requis</i>	: R, Python, algèbre linéaire, optimisation de fonctions, apprentissage profond

### Modalités d'évaluation :

1 Quizz et 1 compte-rendu de TP

### Acquis d'apprentissage (objectifs) :

- Les réseaux de neurones profonds s'adaptent à de nombreuses tâches. Ce cours donne quelques exemples de ces adaptations.
  - objectif : adapter l'architecture d'un réseau de neurones pour des applications non-triviales (multi-vue, image vers texte, texte vers image, compression, génération d'adversaires, ...)
  - identifier une tâche particulièrement adaptée pour un réseau de neurones et/ou un réseau de neurones profond
  -

### Principales notions abordées :

- Quelques exemples d'architectures non-triviales
- Auto-encodeurs
- Réseaux adversariaux
- Réseaux de neurones bayésiens

### Références bibliographiques :

- Ian Goodfellow, Yoshua Bengio, and Aaron Courville. Deep Learning. 2016

UE 1bis – Compléments de Machine Learning

## TRAITEMENT AUTOMATIQUE DU LANGAGE AVANCÉ

*Advanced natural language processing*

<i>Enseignant</i>	: Guillaume Gravier (Irisa)
<i>Filières concernées</i>	: Marketing Ingénierie des données
<i>Nombre d'ECTS</i>	: 1
<i>Volume horaire de travail élève (enseignements + travail personnel)</i>	: 18h
<i>Répartition des enseignements</i>	: Ateliers : 12h
<i>Langue d'enseignement</i>	: Anglais
<i>Logiciels</i>	: Python
<i>Documents pédagogiques</i>	: Supports de TP
<i>Pré-requis</i>	: Programmation avec Python, Apprentissage statistique, Traitement automatique de la langue

### Modalités d'évaluation :

Projet

### Acquis d'apprentissage (objectifs) :

Entraîner un nouveau modèle de langue

### Principales notions abordées :

1. Document preprocessing
2. Applied neural networks
3. Long- and short-term memory models (LSTM)
4. How to apply an embedding
7. Entity recognition as token-sequence labelling

### Références bibliographiques :

- Daniel Jurafsky, James H. Martin. *Speech and Language Processing: An introduction to natural language processing, computational linguistics, and speech recognition*, 2nd edition, Prentice-Hall, 2009. Draft of the 3rd edition partly available at <https://web.stanford.edu/~jurafsky/slp3>.
- Yoav Goldberg. *Neural Network Methods for Natural Language Processing*. 2017. An earlier draft is freely available online at <http://u.cs.biu.ac.il/~yogo/nlp.pdf>.
- Kevin Gimpel's lectures (Toyota Technological Institute at Chicago and UChicago) on Natural Language Processing (<https://ttic.uchicago.edu/~kgimpel/teaching/31190-s18/index.html>) and on Advanced Natural Language Processing (<https://ttic.uchicago.edu/~kgimpel/teaching/31210-s19/index.html>).

UE 1bis – Compléments de Machine Learning

## SYSTÈMES DE RECOMMANDATION

### *Recommander systems*

<i>Enseignant</i>	: Romaric GAUDEL (Ensay)
<i>Filières concernées</i>	: Marketing Ingénierie des données
<i>Nombre d'ECTS</i>	: 1
<i>Volume horaire de travail élève (enseignements + travail personnel)</i>	: 25h
<i>Répartition des enseignements</i>	: 6h de cours et 6h d'ateliers.
<i>Langue d'enseignement</i>	: Anglais
<i>Logiciels</i>	: Python (tensorflow)
<i>Documents pédagogiques</i>	: supports de cours, bibliographie et fiches de TP
<i>Pré-requis</i>	: R, Python, algèbre linéaire, optimisation de fonctions, apprentissage statistique

### Modalités d'évaluation :

1 Quizz et 1 compte-rendu de TP

### Acquis d'apprentissage (objectifs) :

Les systèmes de recommandation choisissent les options à présenter à des utilisateurs parmi un grand nombre de possibilités. Ils permettent par exemple de recommander la prochaine vidéo à regarder, le prochain morceau à écouter, les photos à montrer... Le cours présentera les modèles utilisés pour construire de tels systèmes.

- objectif : identifier le modèle de recommandation à appliquer dans un contexte donné
- objectif : implémenter les modèles de recommandation standards
- objectif : mesurer la qualité des recommandations d'un modèle

### Principales notions abordées :

- Objectif des systèmes de recommandation
- État de l'art des systèmes de recommandation (plus proches voisins, filtrage collaboratif...)
- Évaluation des systèmes de recommandation
- Problèmes rencontrés par les systèmes de recommandation et solutions afférentes (démarrage à froid, compromis exploration-exploitation...)

### Références bibliographiques :

- Statistical Methods for Recommender Systems. Deepak K. Agarwal, Bee-Chung Chen. 2016.
- Recommender Systems: The Textbook. Charu C. Aggarwal. Springer, 2016.
- Bandit algorithms for Website optimization. John Myles White. O'Reilly Media.
- Blog et tutoriels de Sebastien Bubeck's : <https://blogs.princeton.edu/imabandit/>
- Regret Analysis of Stochastic and Nonstochastic Multi-armed Bandit Problems. Sébastien Bubeck, Nicolò Cesa-Bianchi. <https://arxiv.org/abs/1204.5721>
- Bandit Algorithms. Tor Lattimore and Csaba Szepesvári. Cambridge University Press. <https://torlattimore.com/downloads/book/book.pdf>

UE 1bis – Compléments de Machine Learning

## APPRENTISSAGE PAR RENFORCEMENT

### *Re-inforcement learning*

<i>Enseignants</i>	: Frédéric Logé (Sonio) Rémi Besson (Sonio)
<i>Filières concernées</i>	: Marketing Ingénierie des données Génie statistique
<i>Nombre d'ECTS</i>	: 1
<i>Volume horaire de travail élève (enseignements + travail personnel)</i>	: 25h
<i>Répartition des enseignements</i>	: 12h de cours / ateliers
<i>Langue d'enseignement</i>	: Anglais
<i>Logiciels</i>	: Python
<i>Documents pédagogiques</i>	: supports de cours, bibliographie et fiches de TP
<i>Pré-requis</i>	: Apprentissage profond et Chaînes de Markov facilitent la compréhension

### Modalités d'évaluation :

1 mini-projet

### Acquis d'apprentissage (objectifs) :

- Objectif 1 : savoir modéliser une situation comme un problème d'apprentissage par renforcement (choix d'une fonction de récompense, d'un espace d'état, d'un espace d'actions...)
- Objectif 2 : être capable d'apprendre une politique à partir de données et de l'évaluer
- Objectif 3 : comprendre les limites de la modélisation par apprentissage par renforcement

### Principales notions abordées :

- modèles de bandits
- dilemme exploration-exploitation
- algorithmes de bandits
- regret
- processus de décision markovien (MDP)
- équation de Bellman
- fonction état-valeur
- algorithmes pour MDP

### Références bibliographiques :

- Tor Lattimore and Csaba Szepesvári, Bandit Algorithms, 2020 (<https://tor-lattimore.com/downloads/book/book.pdf>)
- Sutton and Barto, Introduction to Reinforcement Learning, 2020 (<http://incompleteideas.net/book/RLbook2020.pdf>)
- David Silver course on RL: <https://www.davidsilver.uk/teaching/>
- GYM, OpenAI, <https://gym.openai.com/>

UE Projets

## UE : PROJETS

<i>Correspondant de l'UE</i>	: Basile de Loynes
<i>Nombre d'ECTS</i>	: 6
<i>Volume horaire de travail élève (enseignements + travail personnel)</i>	: Entre 120h et 150h
<i>Nombre d'heures d'enseignement</i>	: Suivis réguliers avec les encadrants

### Finalité de l'UE :

Les projets sont l'occasion pour les étudiants de mettre en œuvre leurs connaissances acquises à l'ENSAI sur des cas d'études concrets. Ils visent à mettre en œuvre les outils et connaissances acquises en statistique, en informatique et en économie, dans une démarche de résolution de problèmes concrets type ingénieur.

Les projets se déclinent en deux versions: le projet méthodologique, en langue anglaise, vise à approfondir une thématique centrée autour d'un ou plusieurs articles scientifiques ; le projet de fin d'études (dans toutes les filières sauf biostatistique), plus appliqué, nécessairement sur des données issues d'une collecte, vise à proposer une solution pratique à une problématique générale proposée par une entreprise ou un laboratoire de recherche. À eux deux, ces projets couvrent toute l'étendue d'une démarche de développement: diagnostique d'un problème nouveau, lecture de la littérature scientifique sur le sujet, résolution d'un problème en respectant un compromis entre les règles de l'art d'une part, et les contraintes humaines, financières et techniques de l'autre. Ils permettent par ailleurs aux élèves de mesurer l'utilité de toutes les notions acquises au cours des trois années de formation.

Selon les filières, la réalisation d'un Data Challenge complète ces cas d'études concrets, à travers la réalisation d'un projet sur un temps court et des contraintes spécifiques.

### Structuration de l'UE :

Projet méthodologique: approfondissement d'une démarche de revue de littérature en langue anglaise ; constitue la partie théorique de recherche d'information dans une démarche de recherche et développement. Les élèves désireux de développer un projet de recherche académique peuvent privilégier un projet plus conséquent.

Projet de fin d'étude: approfondissement d'une démarche pratique, sachant composer avec des contraintes opposées, entre rigueur scientifique et nécessités pratiques ; constitue la partie implémentation dans une démarche de recherche et développement.

Data Challenge (optionnel, selon les filières) : rassembler sur une période très courte différentes équipes de profils variés afin de collaborer sur un projet.

### Compétences ou acquis d'apprentissage à l'issue de l'UE :

Ces projets concluent la formation d'ingénieur de l'Ensaï, et mobilisent un ensemble de compétences de l'ingénieur : capacité à trouver l'information pertinente, à faire une veille scientifique, à prendre en compte les enjeux de l'entreprise, à travailler dans un contexte international, tout en mobilisant des compétences techniques pour résoudre des problèmes complexes, et mener une démarche scientifique.

### Les pré-requis de l'UE :

Méthodes de travail des projets de 1<sup>ère</sup> et 2<sup>ème</sup> année.

UE Projets

## PROJET METHODOLOGIQUE

### *Methodological project*

<i>Enseignant</i>	: Divers intervenants
<i>Filières concernées</i>	: Toutes filières, avec des modalités différentes
<i>Nombre d'ECTS</i>	: 1,5 ou 2,5 selon modalités (sauf filière Biostatistique) 3 (filière Biostatistique)
<i>Volume horaire de travail élève (enseignements + travail personnel)</i>	: Entre 40h et 75 h selon modalités
<i>Répartition des enseignements</i>	: 9h d'ateliers, et suivis réguliers
<i>Langue d'enseignement</i>	: Anglais
<i>Logiciels</i>	: Sans objet
<i>Documents pédagogiques</i>	: Sans objet
<i>Pré-requis</i>	: Connaissances générales en statistiques (1 <sup>e</sup> et 2 <sup>e</sup> années)

### Modalités d'évaluation :

Le projet méthodologique consiste en la production d'un article de synthèse sur un sujet de recherche à choisir parmi un catalogue. L'évaluation tient compte de l'article rédigé et de la réalisation d'une soutenance.

### Acquis d'apprentissage (objectifs) :

Les objectifs du projet méthodologique, et donc les compétences qui sont renforcées grâce à celui-ci, sont multiples:

- familiarisation avec la forme des productions académiques (articles notamment), en lecture comme en écriture
- capacité à faire une revue de littérature mélangeant ouvrages scientifiques et professionnels
- prise de conscience des enjeux autour de la reproductibilité des résultats de recherche
- communication sur des sujets techniques

Pour les étudiants désirant s'initier à la recherche, et pour l'ensemble des étudiants de la filière Biostatistique, le projet méthodologique prendra la forme de l'étude détaillée, la reproduction et/ou la mise en perspective d'un ou de plusieurs articles, au lieu d'une revue de littérature.

À cela s'ajoute les objectifs spécifiques à la production d'un travail technique en langue anglaise: mise en œuvre d'un projet complexe en langue anglaise, communication écrite et orale, acquisition d'un vocabulaire spécialisé, maîtrise de différents niveaux de langues en terme de style (oral vs. écrit) et de technicité (vulgarisation vs. spécialisation), mise en place de stratégies pour faire face à des difficultés linguistiques.

### Principales notions abordées :

Travail de recherche en groupe suivi par un chercheur (env. 5 séances) et un professeur d'anglais (4 séances). Des séances de travail personnel sont réservées dans l'emploi du temps.

UE Projets

## PROJET DE FIN D'ETUDES

### *Methodological project*

<i>Enseignant</i>	: Divers intervenants
<i>Filières concernées</i>	Toutes filières sauf Biostatistique
<i>Nombre d'ECTS</i>	: 2,5 ou 3,5 selon modalités
<i>Volume horaire de travail élève (enseignements + travail personnel)</i>	: Entre 60h et 90 h
<i>Répartition des enseignements</i>	: 9h d'ateliers et suivis réguliers
<i>Langue d'enseignement</i>	: Français
<i>Logiciels</i>	: Sans objet
<i>Documents pédagogiques</i>	: Sans objet
<i>Pré-requis</i>	: Connaissance de statistiques des trois années de l'ENSAI

### Modalités d'évaluation :

Le projet de fin d'études consiste en la production d'une étude statistique de niveau professionnel dans le monde de l'entreprise ou de la recherche, parmi un catalogue de sujet mis à disposition des élèves. Le projet est évalué à travers un rapport et une soutenance.

Les élèves désireux de s'initier à la recherche passant plus de temps sur le projet méthodologique, les attendus du projet de fin d'études sont ajustés pour tenir compte du moindre temps consacré que leurs camarades.

### Acquis d'apprentissage (objectifs) :

Les objectifs du projet de fin d'études, et donc les compétences qui sont renforcées grâce à celui-ci, sont multiples:

- mise en situation professionnelle
- capacité à définir une stratégie d'étude en réponse à une demande client
- mobilisation des compétences techniques (statistiques, économiques, informatiques)
- compromis entre rigueur scientifique et contraintes pratiques (limitations financières, logicielles, cognitives, temporelles...)
- travail de groupe
- gestion d'un projet sur le temps long
- communication (écrite, orale) sur des sujets techniques

### Principales notions abordées :

Travail autonome en groupe suivi par un professionnel de l'entreprise ou de la recherche (env. 5 séances).

UE Projets

## DATA CHALLENGE

### *Data Challenge*

<i>Enseignant</i>	: Divers intervenants industriels (correspondante : Salima El Kolei)
<i>Nombre d'ECTS</i>	: Pas d'attribution d'ECTS
<i>Volume horaire de travail élève (enseignements + travail personnel)</i>	: 2 journées
<i>Répartition des enseignements</i>	: 12h d'ateliers
<i>Langue d'enseignement</i>	: Français
<i>Logiciels</i>	: Sans objet
<i>Documents pédagogiques</i>	: Sans objet
<i>Pré-requis</i>	: Méthodes de travail des projets, Compétences statistiques et informatiques de 3ème année

### **Modalités d'évaluation :**

Les élèves participent au data challenge proposé à l'Ensaï ouvert également aux élèves de deuxième année. Il n'y a pas d'évaluation.

### **Acquis d'apprentissage (objectifs) :**

Le data challenge permet de rassembler sur une période très courte différentes équipes de profils variés afin de collaborer sur un projet. Cette expérience se rapproche des conditions réelles dans laquelle évoluent les datascientists au sein des entreprises. Il permet, à partir des mécanismes du jeu, de dynamiser et d'articuler la pédagogie autour d'un besoin concret d'entreprise et d'un événement qui s'achève par une évaluation objective. De nombreux challenges sont proposés autour de la Data ou présentant des problématiques Data importantes.

L'objectif de ce cours est de valoriser les compétences transversales acquises dans ce contexte opérationnel. Les compétences qui sont renforcées grâce à celui-ci sont multiples:

- Comprendre les problèmes à résoudre.
- Travailler en mode projet avec des contraintes.
- S'intégrer et s'adapter dans un contexte pluridisciplinaire. Selon les challenges, les compétences seront mobilisées à géométrie variable.
- S'adapter à la réalité de la Data d'entreprise (données non structurées, manquantes, volumétrie...)
- Communication orale des résultats (pitch...)

### **Principales notions abordées :**

Travail en groupe sur un temps court.

UE Projets

## ANGLAIS

### English

<i>Enseignant</i>	: Divers intervenants (correspondant : Todd Donahue)
<i>Nombre d'ECTS</i>	: 1
<i>Volume horaire de travail élève (enseignements + travail personnel)</i>	: 40h
<i>Répartition des enseignements</i>	: 15h de cours, 15h d'aide au projet de fin d'études
<i>Langue d'enseignement</i>	: Anglais
<i>Logiciels</i>	: Sans objet
<i>Documents pédagogiques</i>	: Sous Moodle
<i>Pré-requis</i>	: Aucun

### Modalités d'évaluation :

L'examen final prend la forme d'une simulation d'entretien d'embauche. Cet examen oral durera environ 25 minutes, sera noté, et permettra d'évaluer le niveau d'expression orale sur l'échelle CECRL (Cadre européen commun de référence pour les langues). Le CV et la lettre faite pour cet exercice seront évalués et feront partie de la note finale. L'anglais est également évalué à travers le rapport écrit et la soutenance orale du projet de fin d'études. Le niveau acquis apparaîtra sur le Supplément au diplôme. L'objectif de la CTI (Commission des Titres d'Ingénieur) pour tous les élèves ingénieurs est d'atteindre le niveau B2.

### Acquis d'apprentissage (objectifs) :

- maîtriser une ou plusieurs langues étrangères
- savoir candidater et réussir un recrutement en langue anglaise
- contextualiser et prendre en compte les enjeux et les besoins de la société
- se connaître, s'auto-évaluer, gérer ses compétences, opérer ses choix professionnels
- s'intégrer et évoluer dans un groupe pour mener à bien un projet dans un contexte international et/ou pluriculturel
- savoir identifier les informations pertinentes, à les évaluer et à les exploiter

### Principales notions abordées :

Pour les élèves qui n'ont pas eu un score d'au moins 785 au TOEIC : pendant les 5 premières séances, la plupart des cours seront basés sur la préparation à cet examen. Les ressources informatiques de l'École doivent aussi être mises à profit (pages Moodle, TOEIC Mastery), ainsi que les méthodes disponibles à la bibliothèque. Pour les autres élèves, les cours seront organisés par groupe de niveau et conçus afin de les préparer à affronter le monde professionnel sur le plan international. Les thèmes suivants seront traités : « Leading meetings », « Interviews », « Presentations », « Taking decisions », et « Negotiating deals », et « Cultural and Political Current Events ». Ensuite, les 5 dernières séances seront consacrées au travail de rédaction/correction des rapports faits en anglais dans chaque filière ainsi qu'à la préparation des soutenances orales. Chaque responsable de filière indiquera aux élèves, en début d'année, le projet concerné et les modalités de notation. Les élèves recevront des consignes détaillées avant de démarrer ces cinq séances, afin d'arriver à la première séance avec une première version ou extrait de leur rapport en anglais prêt pour correction et relecture. **Pour tout complément d'information, chaque élève peut consulter le Programme des enseignements : Langues étrangères, distribué au début de l'année académique.**

**Références bibliographiques :** Définies par chaque intervenant.

# Descriptifs des enseignements de la filière

---

UE Spécifiques filière Marketing

## UE SPECIFIQUES FILIERE MARKETING

<i>Correspondant de l'UE</i>	: Basile Deloynes
<i>Nombre d'ECTS</i>	: 16
<i>Volume horaire de travail élève (enseignements + travail personnel)</i>	: De 25 à 30h par ECTS
<i>Nombre d'heures d'enseignement</i>	: 218h

### Finalité des UE :

Les UE spécifiques préparent aux métiers de l'analyse quantitative des comportements clients et de la stratégie tarifaire, en s'appuyant sur la modélisation statistique et l'apprentissage automatique.

### Structuration de l'UE :

La filière Marketing inclut 3 UE spécifiques : culture marketing, marketing quantitatif, et compléments de statistique et d'économétrie.

### Compétences ou acquis d'apprentissage à l'issue de l'UE :

- Maîtriser les concepts du marketing stratégique, du marketing opérationnel et d'une stratégie tarifaire ;
- Comprendre les différentes théories du comportement du consommateur, afin de mettre en œuvre des méthodes et outils permettant de prédire son comportement ;
- Capacité à analyser avec précision les caractéristiques d'un marché, segmenter un fichier de clientèle et cibler des consommateurs à l'aide de méthodes statistiques ;
- Capacité à construire des scores d'appétence, de conversion ou de fidélisation ;
- Capacité à concevoir un recueil d'information intégrant les outils du webmining et analyser l'expérience client, la satisfaction, la fidélisation ;
- Valoriser les résultats et travailler en relation avec les autres composantes de l'organisation pour aider à la prise de décision et aider à la définition de plans d'actions.

UE 2 – Culture Marketing

## MARKETING EXPERIENTIEL ET DIGITAL

### *Experiential and Digital Marketing*

<i>Enseignants</i>	: Bruno DAUCÉ & David FLOURIOT
<i>Nombre d'ECTS</i>	: 1
<i>Volume horaire de travail élève (enseignements + travail personnel)</i>	: 18h
<i>Répartition des enseignements</i>	: 18h
<i>Langue d'enseignement</i>	: Français
<i>Logiciels</i>	: Aucun
<i>Documents pédagogiques</i>	: Slides/Manuscrit
<i>Pré-requis</i>	: Aucun

### Modalités d'évaluation :

Défini par les intervenants.

### Acquis d'apprentissage (objectifs) :

Dans un premier temps, nous ferons un bref rappel sur la démarche marketing avant de présenter quelques éléments du comportement du consommateur. Nous nous attacherons également à essayer de comprendre comment évolue la consommation et à identifier les lignes directrices qui guident le comportement du consommateur. Enfin, nous présenterons les mutations que connaît aujourd'hui le marketing en insistant sur le développement du marketing sensoriel et sur l'impact d'Internet sur la stratégie marketing.

Ce dernier point sera considéré plus en détails dans la seconde intervention. L'objectif de celle-ci est avant tout de sensibiliser les étudiants aux nouvelles approches marketing liées aux canaux dits « digitaux » (site web et e-commerce, email, réseaux sociaux, mobile) et les complexités techniques adjacentes.

### Principales notions abordées :

1. Introduction : rappels sur la démarche marketing - Illustrations : petit bateau, Puma
2. Le consommateur et son comportement
3. Le consommateur d'hier, d'aujourd'hui et de demain
4. Du marketing expérientiel au marketing sensoriel
5. E-marketing

### Références bibliographiques :

- J. LENDREVIE, J. LEVY, D.LINDON. *Mercator : Théorie et pratique du marketing* (9<sup>e</sup> éd.), 2009  
 P. KOTLER, B. DUBOIS, D. MANCEAU. *Marketing management* (14<sup>e</sup> éd.), 2012  
 J.-F. LYOTARD. *Le postmoderne expliqué aux enfants*, Galilée, 2005  
 M. MAFFESOLI. *Le temps des tribus* (3<sup>e</sup> éd.), Le livre de Poche, 2000  
 R. ROCHEFORT. *La société des consommateurs*, Éditions Odile Jacob, 1995  
 R. ROCHEFORT. *Le consommateur entrepreneur*, Éditions Odile Jacob, 1997  
 S. RIEUNIER. *Marketing sensoriel du point de vente : Créer et gérer l'ambiance des lieux commerciaux* (2<sup>e</sup> éd.), Dunod, 2006  
 A. GIBOREAU et L. BODY. *Le marketing sensoriel : De la stratégie à la mise en œuvre*, Vuibert, 2007  
 N. GUEGUEN. *100 petites expériences en psychologie du consommateur : Pour mieux comprendre comment on vous influence*, Dunod, 2005

UE 2 – Culture Marketing

## GESTION DE LA RELATION CLIENT

### *Customer Relationship Management*

<i>Enseignant</i>	: Teresa COOPER & Catherine Ménager
<i>Nombre d'ECTS</i>	: 1
<i>Volume horaire de travail élève (enseignements + travail personnel)</i>	: 12h
<i>Répartition des enseignements</i>	: 24h
<i>Langue d'enseignement</i>	: Anglais
<i>Logiciels</i>	: Aucun
<i>Documents pédagogiques</i>	: Slides/Manuscrit
<i>Pré-requis</i>	: Aucun

### Modalités d'évaluation :

Examen écrit d'1h30 (50%).

Participation individuelle (25 %).

Mini projet (25%).

### Acquis d'apprentissage (objectifs) :

- Provide a rigorous definition and thorough understanding of the key underlying concepts of CRM, for instance: relationships, satisfaction, loyalty, and commitment. Students will be able to distinguish CRM from Direct Marketing, a method with which it is often confused.
- Understand how services and relationships cross-fertilize each other. Relationships materialize in a different manner between products and services. In the case of services, a major issue is the service relationship that exists even in a single transaction. This observation puts the focus on the quality the customer experience, the different channels of interaction and the role of contact staff, considered as a part-time marketer. Whatever the nature of the core offering – product or service – developing a relationship requires developing services.

Present different methods and tools key to implementing a relationship marketing strategy. For instance the development of individual customer knowledge enabling one to assess Customer Lifetime Value (CLV), customer relationship lifecycle and other Relationship Marketing Instruments (RMI) such as loyalty programs.

### Principales notions abordées :

Fournies par les enseignants.

### Références bibliographiques :

Fournies par les enseignants.

UE 2 – Culture Marketing

## STRATEGIE MARKETING AVEC MARKET.PRO

### *Market.Pro Challenge*

<i>Enseignant</i>	: Rémi TRIOLET (Simulation Factory)
<i>Nombre d'ECTS</i>	: 1
<i>Volume horaire de travail élève (enseignements + travail personnel)</i>	: 22h30
<i>Répartition des enseignements</i>	: 22h30 d'ateliers
<i>Langue d'enseignement</i>	: Français
<i>Logiciels</i>	: Aucun
<i>Documents pédagogiques</i>	: Manuel
<i>Pré-requis</i>	: Aucun

### **Modalités d'évaluation :**

Évaluation par groupe selon 3 critères

- les résultats dans la simulation
- la qualité des exercices de ciblage et de planification stratégiques
- la qualité de la présentation finale

### **Acquis d'apprentissage (objectifs) :**

Challenge Market. Pro est une simulation conçue pour enseigner les concepts de Stratégie Marketing, tels que la stratégie de portefeuille de marques, les stratégies de segmentation et de positionnement.

Challenge Market. Pro amène aux participants une expérience pédagogique unique, où l'analyse, la réflexion stratégique, l'esprit de compétition, le travail d'équipe et l'émulation sont au cœur du challenge.

### **Principales notions abordées :**

Des équipes de trois à six participants gèrent leur entreprise fictive en compétition directe contre les autres équipes. Les équipes prennent en main la Direction Marketing de leur entreprise sur un maximum de 12 périodes simulées, dans un environnement très compétitif à plusieurs marchés, segments de consommateurs et canaux de distribution. Les besoins des consommateurs sont au cœur de la prise de décision, et l'analyse approfondie des rapports internes, journaux et études de marché est clé au succès de la stratégie des équipes.

### **Références bibliographiques :**

P. Kotler, K. Keller, D. Manceau, B. Dubois, *Marketing management*, Pearson Education, 2009.

UE 3 – Marketing Quantitatif

## METHODES DE SCORING

### Scoring methods

Enseignant	: Jean-Philippe KIENER
Nombre d'ECTS	: 3
Volume horaire de travail élève (enseignements + travail personnel)	: 42h
Répartition des enseignements	: 6h de cours et 18h d'ateliers
Langue d'enseignement	: Français
Logiciels	: R, SAS
Documents pédagogiques	: Slides/Manuscrit
Pré-requis	: Régression sur variables catégorielle, statistiques descriptives, statistiques inférentielle

### Modalités d'évaluation :

Mini-projet.

### Acquis d'apprentissage (objectifs) :

L'objectif de ce cours est de présenter aux élèves de troisième année l'une des méthodologies phares dans les études statistiques appliquées au marketing : le scoring.

En plus de l'objectif « technique » de maîtrise de la méthodologie de scoring, l'accent sera mis sur les problèmes fréquemment rencontrés en entreprise : population éligible, période d'observation, latence, nettoyage des données, restitution aux non-statisticiens...

Le fil rouge du cours consistera en la mise en œuvre complète d'un score et sera réalisé avec le logiciel SAS sur une base de données clients.

### Principales notions abordées :

1. Panorama des études réalisées
2. Principes du scoring
3. Base d'étude
  - 3.1. Population éligible
  - 3.2. Variable à expliquer
  - 3.3. Date de référence
  - 3.4. Échantillons d'apprentissage et de validation
  - 3.5. Variables explicatives
4. Modélisation
  - 4.1. Techniques de modélisation
  - 4.2. Construction des modèles
  - 4.3. Comparaison des modèles
  - 4.4. Interprétation du modèle final
5. Utilisation du score

### Références bibliographiques :

- G. SAPORTA. *Probabilités, analyse des données et statistique (3e éd.)*, 2011  
 S. TUFFÉRY. *Data Mining et statistique décisionnelle (3e éd.)*, 2010  
 S. TUFFÉRY. *Étude de cas en statistique décisionnelle*, 2009

UE 3 – Marketing Quantitatif

## PRICING ET REVENUE MANAGEMENT

### *Pricing & Revenue management*

<i>Enseignants</i>	: Aurélie BIALES et Frédéric SPECKLIN
<i>Nombre d'ECTS</i>	: 2
<i>Volume horaire de travail élève (enseignements + travail personnel)</i>	: 48h
<i>Répartition des enseignements</i>	: 18h de cours
<i>Langue d'enseignement</i>	: Anglais
<i>Logiciels</i>	: Aucun
<i>Documents pédagogiques</i>	: Slides/Manuscrit
<i>Pré-requis</i>	: Aucun

### Modalités d'évaluation :

Un examen écrit d'1h30 pour chaque partie du cours.

### Acquis d'apprentissage (objectifs) :

Le pricing est un des leviers fondamentaux du revenue management, au même titre que l'inventaire, le marketing et les canaux de distribution. A l'issue de la première partie de ce cours, les élèves devront avoir une vision globale du pricing et être capables de mettre en place une stratégie tarifaire. La seconde partie de ce cours a pour but d'initier les élèves aux principes fondamentaux du yield/revenue management (RM).

### Principales notions abordées :

Le pricing est l'ensemble des méthodologies et savoirs ayant trait à la fixation du prix de vos produits, à la définition d'une stratégie tarifaire, et la gestion du pricing au quotidien. Une des disciplines primordiales est le Revenue Management ou Yield management. Dans une seconde partie du cours, les techniques fondamentales du RM, outils et processus du RM dans le secteur du tourisme (remplissage, pricing, correspondances risques aériens et hôteliers), prospective de nouveaux secteurs pertinents pour le RM seront présentés.

### Références bibliographiques :

Fournies par les intervenants.

UE 4 - Compléments de statistiques et d'économétrie

## ÉCONOMETRIE DES DONNEES DE PANEL

*Econometric analysis of panel data*

<i>Enseignant</i>	: Ambre NICOLLE (ENSAI)
<i>Nombre d'ECTS</i>	: 1,5
<i>Volume horaire de travail élève (enseignements + travail personnel)</i>	: 24h
<i>Répartition des enseignements</i>	: 15h de cours, 9h d'ateliers
<i>Langue d'enseignement</i>	: Français
<i>Logiciels</i>	: R
<i>Documents pédagogiques</i>	: Slides/Manuscrit
<i>Pré-requis</i>	: Micro-économétrie avancée

### Modalités d'évaluation :

Mini projet.

### Acquis d'apprentissage (objectifs) :

L'objectif de ce cours est de fournir les outils utiles à l'estimation de modèles économétriques sur données de panel. Ce cours décrit les méthodes et leur mise en application pratique. Des exemples numériques ainsi que des travaux de recherche empiriques sont présentés tout au long du cours pour illustrer l'utilisation de ces méthodes.

### Principales notions abordées :

Introduction

Modèle linéaire statique

- Le modèle à effets fixes
- Le modèle à effets aléatoires

Le modèle linéaire à effets individuels corrélés

- L'approche de Mundlak et Chamberlain
- Les méthodes de variables instrumentales
- L'estimation du modèle dynamique de panel
- Exemples

Extensions

- Le modèle à coefficients aléatoires
- Modèles de panel non linéaires

Analyses d'articles

- Les étudiants devront lire un article d'économétrie appliquée qui reprendra et prolongera les différentes méthodes du cours. Les thèmes abordés seront l'économie de la santé, l'économie spatiale et le marketing

### Références bibliographiques :

B. H. BALTAGI. *Econometric Analysis of Panel Data (2<sup>nd</sup> ed.)*, J. Wiley, 2001

P. SEVESTRE. *Économétrie des données de panel*, Dunod, 2002

J. M. WOOLDRIDGE. *Econometric Analysis of Cross Section and Panel Data (2<sup>nd</sup> ed.)*, 2010, MIT Press

A. PIROTTE. *Économétrie des données de panel*, Economica, 2011

UE 4 - Compléments de statistiques et d'économétrie

## MODELE A EQUATION STRUCTURELLES

### *Structural equations modeling*

<i>Enseignant</i>	: Christian DERQUENNE
<i>Nombre d'ECTS</i>	: 2
<i>Volume horaire de travail élève (enseignements + travail personnel)</i>	: 24h
<i>Répartition des enseignements</i>	: 15h de cours, 9h de TP
<i>Langue d'enseignement</i>	: Français
<i>Logiciels</i>	: R, SAS
<i>Documents pédagogiques</i>	: Slides/Manuscrit
<i>Pré-requis</i>	: Aucun

### Modalités d'évaluation :

TP notés.

### Acquis d'apprentissage (objectifs) :

Les modèles à équations structurelles (SEM) sont d'un usage important dans de nombreux champs disciplinaires tels que la psychométrie, la sociologie, l'économétrie et aussi les sciences de gestion. Le but de ce cours est d'acquérir les bons réflexes méthodologiques et les connaissances théoriques nécessaires pour la mise en œuvre des modèles SEM. La mise en pratique se fera sous SAS essentiellement.

### Principales notions abordées :

1. Modélisation du comportement du consommateur : satisfaction et fidélité.
2. Méthodes d'estimation de modèles à équations structurelles : la méthode LISREL, l'approche PLS et l'approche RFPC.
3. La création de modèles : les modèles libres.
4. Construction de modèles structurels sur données de nature différente.

### Références bibliographiques :

- B. S. EVERITT. *An introduction to latent variable models*, 1984
- K. A. BOLLEN. *Structural Equation with latent variables*, 1989
- P. ROUSSEL et al. *Méthodes d'Équations Structurelles : recherche et application en Gestion*, 2002
- L. HATCHER. *A step-by-step approach to Factor Analysis and Structural Equation Modelling using SAS System*. SAS Institute Inc. 1994
- M. TENENHAUS, V. ESPOSITO VINZI, Y. M. CHATELIN and C. LAURO, PLS Path Modelling, *Computational Statistics and Data Analysis*, vol. 48 n°1, jan. 2005
- H. WOLD. Soft Modelling : The Basic Design and Some Extensions, in Jöreskog K.G. and Sörbom D., Editors, *Systems under Indirect Observation*, 1982

UE 4 – Compléments de statistiques et d'économétrie

## MODELE DE REGRESSION BAYESIENNE

### *Bayesian regression*

<i>Enseignant</i>	: Denys POMMERET (Université de Aix-Marseille)
<i>Nombre d'ECTS</i>	: 1
<i>Volume horaire de travail élève (enseignements + travail personnel)</i>	: 12h
<i>Répartition des enseignements</i>	: 12h de cours
<i>Langue d'enseignement</i>	: Français
<i>Logiciels</i>	: R
<i>Documents pédagogiques</i>	: Aucun
<i>Pré-requis</i>	: Régression, statistique computationnelle

### Modalités d'évaluation :

Fourni par l'intervenant.

### Acquis d'apprentissage (objectifs) :

L'approche bayésienne a été vue sommairement en cours de statistique inférentielle de 1re année et approfondie dans le cours de statistique computationnelle, notamment dans la mise en œuvre des méthodes MCMC. L'objectif de ce cours est de prolonger la démarche bayésienne en l'appliquant aux modèles de régression. La mise en application de ces méthodes est faite en atelier sous R.

### Principales notions abordées :

Fourni par l'intervenant.

### Références bibliographiques :

Fourni par l'intervenant.

UE 4 – Compléments de statistiques et d'économétrie

## MODELISATION AVANCEE DES CHOIX DISCRETS

*Advanced microeconometrics of discrete choices*

<i>Enseignant</i>	: Marion GOUSSÉ
<i>Nombre d'ECTS</i>	: 1,5
<i>Volume horaire de travail élève (enseignements + travail personnel)</i>	: 24h
<i>Répartition des enseignements</i>	: 15h de cours, 9h d'ateliers
<i>Langue d'enseignement</i>	: Français
<i>Logiciels</i>	: R
<i>Documents pédagogiques</i>	: Aucun
<i>Pré-requis</i>	: Économétrie 2A, micro-économétrie appliquée, micro-économie, micro-économétrie avancée

### Modalités d'évaluation :

Examen écrit.

### Acquis d'apprentissage (objectifs) :

Ce cours se situe dans le prolongement des cours d'Économétrie 2A et de Micro-économétrie appliquée. Il a pour objectif principal de présenter les avancées récentes en matière de modélisation des choix discrets.

Après quelques rappels quant à la structure des modèles économétriques de choix discret (modèles à utilités aléatoires) et au modèle de référence employé par les économètres (le modèle Logit Multinomial), le cours vise à tout d'abord à présenter deux extensions essentielles des modèles de choix discret de référence : (a) les modèles de choix discret à paramètres aléatoires et (b) les modèles de choix discret avec effets d'agglomération et/ou de congestion. Ces modèles sont employés dans tous les domaines utilisant la micro-économétrie appliquée : choix des modes et des voies de transport, choix de localisation d'activité ou d'habitation, modélisation des parts de marchés en situation de concurrence imparfaite, choix de sites récréatifs, ...

Le cours abordera les questions liées à la spécification et à l'estimation de ces modèles, en théorie et à partir d'exemples traités en détail.

### Principales notions abordées :

1. Rappels
  - a. Modèles à utilités aléatoires
  - b. Le modèle Logit Multinomial
  - c. Cas des grands ensembles de choix
2. Modèles à paramètres aléatoires
  - a. Intérêt et spécification des modèles à paramètres aléatoires
  - b. Loi mélangée continue : estimation par le MV
  - c. Loi mélangée discrète : estimation par le MV via l'algorithme EM
  - d. Quelques aspects pratiques
3. Modèles de localisation avec effets de congestion et/ou d'agglomération
  - a. Effets de congestion et d'agglomération et équilibres
  - b. Spécification et estimation des modèles de choix discrets avec effets de congestion ou d'agglomération
4. Supplément. Modèles de parts de marché

### Références bibliographiques : Fourni par l'intervenant

UE Stages

## UE : PROJET PROFESSIONNEL ET STAGES

<i>Correspondant de l'UE</i>	: Patrick Gandubert
<i>Nombre d'ECTS</i>	: 30
<i>Volume horaire de travail élève (enseignements + travail personnel)</i>	: Travail en entreprise
<i>Nombre d'heures d'enseignement</i>	: 30h (séminaires)

### Finalité de l'UE :

Cette UE correspond à des temps pédagogiques en lien direct avec les entreprises. Les séminaires professionnels ont pour objectif de présenter aux étudiants diverses problématiques auxquelles ils seront confrontés dans leur environnement professionnel. Il permet d'apporter des compléments par rapport à certains cours, et fait le lien entre les enseignements et les applications pratiques qui en découlent. Le projet professionnel permet de préparer les étudiants à leur entrée dans la vie professionnelle et aux stages, il est réalisé sur la 2ème et 3ème année de formation. Des simulations d'entretien de recrutement sont organisées en 3e année. Elles sont assurées par des recruteurs d'entreprises et d'organisations partenaires de l'Ensaï. Les stages (application en 2ème année, fin d'études en 3ème année) permettent aux élèves de mettre en pratique les enseignements de mathématiques appliquées, d'informatique et d'économie dans un cadre professionnel. Le stage de fin d'études, d'une durée de 20 semaines minimum, vise à appliquer les enseignements de 3ème année et à acquérir de l'expérience pour assurer la transition vers l'emploi. Il constitue une étape essentielle de mise en situation professionnelle pour le futur ingénieur qui dispose à ce stade de l'ensemble des bagages techniques de la formation.

### Structuration de l'UE :

Le stage de fin d'études constitue la majeure partie de l'évaluation de cette UE (25 ECTS). L'Ensaï exige une forte adéquation entre le contenu du stage et la filière de spécialisation de 3e année. Il fait l'objet d'une procédure de validation par le responsable de filière et par le département des relations avec les entreprises. L'évaluation tient compte de la capacité d'intégration de l'étudiant dans l'entreprise, ses capacités d'initiative et de satisfaction au regard des objectifs du stage, et de la qualité du rapport et de la soutenance réalisée devant un jury composé d'un président, d'un vice-président, tous les deux issus du monde de l'entreprise et d'un permanent de l'école. Le stage d'application de 2ème année est pris en compte dans cette UE (5 ECTS). Les séminaires professionnels ne sont pas évalués.

### Compétences ou acquis d'apprentissage à l'issue de l'UE :

Le stage de fin d'études (et l'UE) comprend un objectif technique - il s'agit de répondre à la commande, à la problématique inscrite dans le thème du stage à l'aide des connaissances acquises - et un objectif professionnel - il s'agit de parfaire la connaissance du monde du travail, de développer des capacités relationnelles et d'adopter une démarche d'insertion dans le monde professionnel.

### Les pré-requis de l'UE :

Aucun

UE Projet Professionnel

## DROIT DU TRAVAIL

### *Work Law*

<i>Enseignant</i>	: Charlotte GRUNDMAN, Avocat au Barreau de Paris
<i>Nombre d'ECTS</i>	: 1
<i>Volume horaire de travail élève (enseignements + travail personnel)</i>	: 15h
<i>Répartition des enseignements</i>	: Cours : 3h • Atelier : 6h
<i>Langue d'enseignement</i>	: Français
<i>Logiciels</i>	: Sans objet
<i>Documents pédagogiques</i>	: Distribués pendant le cours
<i>Pré-requis</i>	: Aucun

### **Modalités d'évaluation :**

Exposé d'un cas pratique réalisé lors des TD.

### **Acquis d'apprentissage (objectifs) :**

La matière étant extrêmement vaste et complexe, il est ici proposé aux étudiants une approche didactique et vivante du sujet, l'objectif de l'enseignement étant de permettre aux étudiants qui travailleront dans un futur proche en entreprise d'avoir compris certaines notions pratiques essentielles en droit du travail.

### **Principales notions abordées :**

Hormis le cours d'amphi, il sera systématiquement proposé aux étudiants, après l'étude d'une notion, un exercice visant à mettre en pratique la notion abordée. Le cours commun (3 heures) traite des notions suivantes : Comprendre d'où l'on vient pour savoir où on va (introduction historique au droit du travail, les sources du droit du travail, ordre public absolu et ordre public social), les instances de contrôle du droit du travail, formation et exécution du contrat de travail, la rupture du contrat à durée indéterminée. Pour les TD, la première heure de cours sera consacrée à l'étude d'un chapitre (la modification du contrat de travail, le recrutement, les droits fondamentaux du salarié). Cet exposé sera suivi d'une mise en situation pratique, où les étudiants devront par groupe répondre à un cas pratique. Un rapporteur sera désigné par groupe, et la notation se fera à cette occasion.