



Etudes marketing 2



Niveau d'étude
BAC +1



Composante
Institut
Universitaire de
Technologie Le
Creusot

Présentation

Description

- Études quantitatives : approfondissement des différents types de sondage, panels...
 - Analyse des données de l'étude et rédaction du rapport d'étude
 - Logiciel de traitement d'enquête
 - Études qualitatives
-

Objectifs

- Être capable de préconiser une stratégie d'étude compte tenu des informations à recueillir
 - Mener une étude quantitative et qualitative
 - Analyser les données recueillies et rendre compte des résultats de l'étude
 - Guider les choix marketing de construction d'une offre simple au moyen de l'étude de marché
-

Heures d'enseignement

TD	Travaux Dirigés	16h
CM	Cours Magistral	8h

Modalités de contrôle des connaissances



Évaluation initiale / Session principale

Type d'évaluation	Nature de l'évaluation	Durée (en minutes)	Nombre d'épreuves	Coefficient de l'évaluation	Note éliminatoire de l'évaluation	Remarques
CCI (contrôle continu intégral)	CC : Ecrit et/ou Oral			1.5		