

Ressource R3.04 : Etudes marketing - 3

Parcours : BDMRC **Heures :** 13 heures dont 6 heures de TP

Descriptif

Contribution au développement de la ou des compétences ciblées :

- Être capable de préconiser une stratégie d'étude en situation complexe
- Choisir et décrire la méthodologie d'étude
- Analyser les données recueillies et justifier de leur pertinence et de leur fiabilité
- Mettre en œuvre les actions correspondant à l'étude réalisée
- Choisir et construire des représentations cohérentes et pertinentes

Mots clés : Etude quantitative – échantillonnage – estimation – étude qualitative – représentation – traitement des données

Contenu Pédagogique

- Études quantitatives : échantillonnage et estimation, initiation à l'analyse d'indicateurs et de leurs représentations
- Études qualitatives : entretiens directifs et semi-directifs, analyse qualitative des données
- Outils numériques de traitement des données

Compétences Ciblées

Conduire les actions marketing

Apprentissages Critiques Liés

- AC21.01
- AC21.02
- AC21.03

CONTACTS RÉFÉRENTS TECHNIQUES DE COMMERCIALISATION

Mickaël MILLET
Secrétariat

Caroline MILCENT-MONTIER
Sylvie LEBER

Chef de département – mickael.millet@univ-lehavre.fr
iut-sec-tc@univ-lehavre.fr

Dir. EDT / Apprentissage – caroline.milcent-montier@univ-lehavre.fr
Directrice des études BUT 2 – sylvie.leber@univ-lehavre.fr