

Ressource R2.04 : Etudes marketing - 2

Parcours : Tronc Commun **Heures :** 18 heures dont 4 heures de TP

Descriptif

Contribution au développement de la ou des compétences ciblées :

- Etre 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

Mots clés : Etude quantitative – sondage – panel – tri échantillonnage – rapport d'étude – traitement d'enquête – étude qualitative

Contenu Pédagogique

Contenu :

- 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

Compétences Ciblées

Conduire les actions marketing

Apprentissages Critiques Liés

- AC11.03
- AC11.04
- AC11.02

CONTACTS RÉFÉRENTS TECHNIQUES DE COMMERCIALISATION

Mickaël MILLET
Secrétariat

Caroline MILCENT-MONTIER
Zarhaa KHALED

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 1 – zarhaa.khaled@univ-lehavre.fr