



Étude de marchés



Niveau d'étude
BAC +5



ECTS
1 crédits



Composante
UFR Langues et
Communication



Volume horaire
9h

En bref

- > Ouvert aux étudiants en échange: Non
- > Effectif: 24

Présentation

Heures d'enseignement

TD	Travaux Dirigés	9h
----	-----------------	----

Contrôle des connaissances

Contrôle continu. Deux des exercices à préparer pour le cours seront relevés par l'enseignant et feront l'objet d'une évaluation.

Syllabus

L'objectif du cours est de permettre à chaque étudiant de comprendre et savoir utiliser les outils de connaissance du marché (études qualitatives, études quantitatives, panels...) afin de pouvoir aider à la prise de décision marketing. A l'issue de la formation, l'étudiant sera en mesure de réaliser une étude de marché en toute autonomie. En Master 1, seront étudiés le déroulement d'une étude de marché, les panels et les études qualitatives et en Master 2, les études quantitatives et la veille concurrentielle.

Bibliographie

- GIANNELLONI J-L. et VERNETTE E. (2001), *Etudes de marché*, Vuibert, 2ème édition.
- #LADWEIN R. (1996), *Les études marketing*, Economica. Evrard Y.,
- #PRAS B. et ROUX (2000), *Market, Etudes et recherche en marketing*, Dunod, 3ème édition.



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
CC (contrôle continu)	CC : Ecrit et/ou Oral		2	1		

Infos pratiques

Contacts

Véronique COLLANGE

Campus

➤ Campus de Dijon