



Etudes marketing



Niveau d'étude
BAC +2



Composante
Institut
Universitaire de
Technologie Le
Creusot

Présentation

Description

- 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

Objectifs

- 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 oeuvre les actions correspondant à l'étude réalisée
- Choisir et construire des représentations cohérentes et pertinentes

Heures d'enseignement

TD	Travaux Dirigés	9h
TP	Travaux Pratiques	6h

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		