



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 - Épreuves

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