Etude de marché

Niveau d'étude	Composante	Volume horaire	Période de l'année
Bac +4	**Institut d'Administration des Entreprises (IAE)**	**21h**	**Année**

En bref

Langue(s) d'enseignement: Français

Méthodes d'enseignement: A distance

Organisation de l'enseignement: Formation initiale, Formation continue, Contrat de professionnalisation

Ouvert aux étudiants en échange: Non

Présentation

Description

Les études de marché ont une place importante dans le marketing. C'est un secteur d'activité et un domaine de compétences vaste, complexe et technique. L'objectif de la formation comme l'objectif du cours n'est pas de faire des stagiaires des experts de ce domaine. En revanche, le programme vise à former des décideurs capables de définir un projet marketing, de formuler une stratégie et d'animer une équipe. En conséquence, le cours a pour but de donner des compétences permettant de faire des choix qualifiés en matière d'études de marché. L'objectif est de connaître les principales techniques d'enquête, leurs avantages, leurs inconvénients afin de sélectionner la ou les techniques les plus appropriées ainsi que le prestataire le plus à même de réaliser l'étude.

Heures d'enseignement

Etude de Marché	TD	21h

Programme détaillé

Chapitre 1 : définition des études de marché

Informations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 05 octobre 2021

Chapitre 2 : les objectifs des études de marché

Chapitre 3 : les types de données

Chapitre 4 : les types d'études selon le mode de collecte

Chapitre 5 : la mise en œuvre d'un projet d'études

Bibliographie

Jean-Luc Giannelloni, Eric Vernette : Etudes de marché dernière édition, Vuibert, Paris.

Infos pratiques

Lieu(x)

Poitiers-Centre Ville

Informations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 05 octobre 2021