

Etude de marché et projets

Composante
Institut d'Administration des Entreprises (IAE)

En bref

- # **Langue(s) d'enseignement:** Français
- # **Méthodes d'enseignement:** En présence
- # **Ouvert aux étudiants en échange:** Non

Présentation

Description

Objectif : familiariser les étudiants avec les principes et méthodes de pilotage d'une étude dans le cadre d'un projet construit en partenariat avec le CIDS. Ce module s'articule autour de deux thèmes

La définition d'un sujet d'étude

Les méthodologies de collectes et d'analyse des données

Dans le cadre de ce cours, les participants auront à réaliser collectivement une étude de marché concernant un spiritueux. Le projet comprendra trois volets principaux :- Une phase documentaire - Une phase qualitative - Une phase quantitative selon les besoins du projet mis en oeuvre

Heures d'enseignement

CM	CM	9h
P-Proj	Pédagogie par projet	9h

Programme détaillé

Les principes de l'étude de marché
Panorama des études de marché-

Etudes et méthodes qualitatives-
Etudes et méthodes quantitatives
Le rapport d'étude – construction et rédaction

Compétences visées

Élaborer un dispositif d'enquête mobilisant des méthodologies adaptées
Construire et justifier un échantillon
Concevoir et réaliser une observation ethnographique
Planifier et réaliser un entretien semi-directif
Concevoir et passer questionnaire
Rédiger un rapport d'étude et le présenter

Bibliographie

Giannelloni J. L., Vernet E., études de marché, Vuibert, Paris
Caumont D., les études de marché, Dunod, Paris

Infos pratiques

Lieu(x)

Segonzac