

## R2.12 Etudes marketing 2

Niveau d'étude  
**Bac +1**

Composante  
**Institut universitaire de technologie d'Angoulême**

### Présentation

### Description

Contribution au développement de la ou des compétences ciblées

- Etre capable de préconiser une stratégie d'étude compte tenu des informations à recueillir
- Mener une étude quantitative et qualitative
- Analyser les données recueillies et rendre compte des résultats de l'étude
- Guider les choix marketing de construction d'une offre simple aux moyens de l'étude de marché

### Objectifs

1.2 mettre en œuvre une étude de marché dans un environnement simple

1.3 choisir une cible et un positionnement en fonction de la segmentation du marché

1.4 concevoir une offre cohérente et éthique en termes de produits, de prix, de distribution et de communication

### Heures d'enseignement

Etudes marketing 2 CM	CM	4,5h
Etudes marketing 2 TD	TD	12,5h
Etudes marketing 2 TP	TP	4,5h