

Analyse de données enquêtes et panels (ECON901_MCIAY)



En bref

- > **Langues d'enseignement:** Français
- > **Méthodes d'enseignement:** En présence
- > **Ouvert aux étudiants en échange:** Oui

Présentation

Objectifs

- # Acquérir les fondamentaux (études quanti/quali et panels)
- # Revoir les bases en traitement de données statistiques
- # Intégrer les grandes étapes d'une étude et être à l'aise dans leur mise en œuvre (rédaction d'un brief, de matériel étude, d'un questionnaire et d'un rapport)

Heures d'enseignement

TD	Travaux Dirigés	10,5h
CM	Cours Magistral	4,5h

Pré-requis obligatoires

- # Avoir des notions de marketing quantitatif / statistiques / traitement et analyse de données marketing

Plan du cours

- # Etudes de marché : les fondamentaux (quanti/quali/panels)
- # Introduction des différents métiers (instituts, annonceurs, freelance, consultant, data analyst...)
- # Passage en revue des différentes étapes d'une étude (différents exemples et cas pratiques)

Compétences visées

- * Les étudiants :
 - o Connaîtront les différents types d'études de marché
 - o Auront revu les techniques statistiques les plus utilisées en marketing
 - o Seront capables de mener une étude de A à Z
 - o Connaîtront les différents métiers des études

Bibliographie

- Marketing Research - 2e éd. - Méthodes de recherche et d'études en marketing : Alain JOLIBERT et Philippe JOURDAN
- Data Marketing Statistiques appliquées au marketing avec Excel et R- Magali TRELOHAN

Infos pratiques

Lieux

- › Anancy-le-Vieux (74)

Campus

- › Anancy / campus d'Anancy-le-Vieux