

# Etudes de marché (ETUD501\_MCAY)



## En bref

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

## Présentation

### Objectifs

Permettre aux étudiant.e.s de maîtriser les principaux concepts et techniques des études qualitatives et quantitatives appliquées au marketing

### Heures d'enseignement

CM	Cours Magistral	12h
TD	Travaux Dirigés	9h

### Pré-requis obligatoires

Maîtrise des fondamentaux du marketing et de la statistique.

### Plan du cours

- Intérêt des études marketing
- Les différentes approches : qualitative et quantitative

- Méthodes qualitatives
  - Les différents protocoles de collecte
  - Les méthodes d'analyse
- Méthodes quantitatives
  - Conception de questionnaires
  - Échantillonnage
  - Méthodes de collecte
  - Analyse des données : descriptives et explicatives
  - Le reporting des résultats

---

## Compétences visées

Maîtrise des principaux concepts et techniques des études qualitatives et quantitatives appliquées au marketing.

Capacité à mettre en place et réaliser une étude en fonction des objectifs de recherche et des ressources à disposition.

---

## Bibliographie

- Études de marché de Jean-Luc Giannelloni et Eric Vernet – Vuibert
  - Marketing Research - Méthodes de recherche et d'études en marketing de Alain Jolibert et Philippe Jourdan - Dunod.
- Enquêtes et analyse de données avec Sphinx de Stéphane Ganassali – Pearson.

---

## Compétences acquises

### Macro-compétence

### Micro-compétences

---

## Infos pratiques

### Lieux

➤ Annecy-le-Vieux (74)

---

## Campus

➤ [Annecy / campus d'Annecy-le-Vieux](#)