

5.0 crédits	30.0 h	2q
-------------	--------	----

Enseignants:	Kestemont Marie-Paule ;
Langue d'enseignement:	Français
Lieu du cours	Louvain-la-Neuve
Thèmes abordés :	Thèmes Conception d'une étude, présentation d'un rapport d'études Analyse discriminante, analyse factorielle, analyse typologique, analyse multidimensionnelle des similarités, analyse conjointe
Acquis d'apprentissage	Mener une étude de marché complète avec des techniques multivariées et des méthodes avancées. <i>La contribution de cette UE au développement et à la maîtrise des compétences et acquis du (des) programme(s) est accessible à la fin de cette fiche, dans la partie « Programmes/formations proposant cette unité d'enseignement (UE) ».</i>
Contenu :	Méthodes Activités en présentiel X Exposés magistraux X Micro-enseignement (parties de cours présentées par les étudiants) X Exercices/TP X Apprentissage par projet X Autres : enquête Activités hors présentiel X Lectures préparatoires X Préparation des exercices X Rédaction de travaux

<p>Autres infos :</p>	<p>Pré-requis Marketing de base, Etudes marché n°1 (LSMS2000) Evaluation : Préparation des études de cas par groupe et/ou en individuel Support : Textbook référencé et transparents & cas fournis via iCampus Références : Fournies durant le cours Encadrement : Réception hebdomadaire du professeur Autres : -</p> <p>Eléments d'internationalisation X contenu international X études de cas internationales</p> <p>Interventions d'entreprises X étude de cas X autre : enquête</p> <p>Techniques X outils informatiques X modélisation X méthodes quantitatives X méthodes qualitatives X mathématiques X autre : statistiques</p>
<p>Cycle et année d'étude :</p>	<p>> Master [120] en sciences de gestion > Master [120] en sciences de gestion > Master [120] en ingénieur de gestion > Master [120] en ingénieur de gestion > Master [120] en statistiques, orientation générale</p>
<p>Faculté ou entité en charge:</p>	<p>CLSM</p>