

5.0 crédits

30.0 h

Enseignants:	Friedman Michael ;
Langue d'enseignement:	Français
Lieu du cours	Charleroi
Préalables :	-- GEHD1316 ' Marketing opérationnel et stratégique -- QAHD1325 ' Mathématiques de gestion -- QAHD1327 ' Méthodes statistiques en gestion
Thèmes abordés :	1. Moyens fondamentaux d'obtention de données primaires. L'enquête ' étapes de réalisation ' types de questionnaires en fonction de la structure et du caractère déguisé. L'observation Échantillonnage des segments de marché : non aléatoire versus probabiliste.  2. Données secondaires : sources et exploitation. 3. Analyse de données en marketing.
Acquis d'apprentissage	Au terme de ce cours, l'étudiant doit être capable d'appréhender les étapes des études de marché, allant de la formulation explicite du problème à la présentation et à l'interprétation des résultats, en passant par la définition de la population, la sélection d'un échantillon, le choix de la méthode de collecte des données, la collecte proprement dite, l'analyse des données et le rapport final. <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>
Modes d'évaluation des acquis des étudiants :	-- Examen écrit -- Evaluation des cas.
Méthodes d'enseignement :	-- Cours magistral. -- Etudes de cas. -- Témoignages de professionnels.
Bibliographie :	-- IACOBUCCI D., CHURCHILL G.A. (2004), Marketing Research, 9th ed., South'Western. -- EVRARD Y., PRAS B., ROUX E. (2003) Market : Etudes et Recherches en Marketing, 3e éd., Dunod.
Cycle et année d'étude :	<a href="#">&gt; Master [120] en sciences de gestion (horaire décalé)</a> <a href="#">&gt; Master [60] en sciences de gestion (horaire décalé)</a>
Faculté ou entité en charge:	BLSM