

6.0 crédits

30.0 h + 0.0 h

1q

Enseignants:	Friedman Michael ;
Langue d'enseignement:	Français
Lieu du cours	Mons
Préalables :	Notions de base en marketing
Thèmes abordés :	<p>L'étude de marché prend une place importante dans les décisions marketing en entreprise. Le but de ce cours est de présenter de manière compréhensive le processus de l'étude de marché, du début à la fin. Un accent sera mis sur le rôle de la méthodologie dans la conception et l'exécution des études de marché.</p> <p>Dans ce cours, plusieurs thèmes seront abordés, suivant les différentes étapes de l'étude de marché:</p> <ul style="list-style-type: none"> * L'identification du besoin de la définition du problème * L'établissement des objectifs de recherche * Détermination du plan de recherche optimal au problème étudié * Détermination des méthodes employées pour obtenir les données nécessaires * Conceptualisation d'un questionnaire et l'écriture des questions * L'échantillonnage * Préparation et présentation du rapport final
Acquis d'apprentissage	<p>A la fin de ce cours, l'étudiant est capable de :</p> <ul style="list-style-type: none"> * Savoir identifier et définir un problème marketing pertinent pour l'étude de marché. * Comparer et contraster les différents plans de recherche ; déterminer quel plan convient à quel(s) problème(s) * Evaluer et identifier les différentes méthodes pour récolter l'information nécessaire pour résoudre un problème marketing. * Déterminer une méthodologie appropriée à un problème défini ; défendre et argumenter son choix de manière compréhensive et claire. * Concevoir un questionnaire, créer des questions pour questionnaire. * Savoir planifier une méthodologie complète d'une étude de marché sur base de la définition d'un problème marketing. <p><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></p>
Cycle et année d'étude: :	<p>> Master [120] en sciences de gestion (horaire décalé)</p> <p>> Master [60] en sciences de gestion (horaire décalé)</p>
Faculté ou entité en charge:	BLSM