

5.00 crédits	30.0 h + 10.0 h	Q1
--------------	-----------------	----

Enseignants	Masset Julie (supplée Poncin Ingrid) ;Poncin Ingrid ;
Langue d'enseignement	Français
Lieu du cours	Mons
Préalables	<i>Le(s) prérequis de cette Unité d'enseignement (UE) sont précisés à la fin de cette fiche, en regard des programmes/formations qui proposent cette UE.</i>
Acquis d'apprentissage	
Modes d'évaluation des acquis des étudiants	10% Certificat Google Analytics 30% Contrôle Continu Travail collectif en cours •Participation à une étude Marketing •Rapport Etude de marketing •60% - Examen écrit NB: En cas d'échec en Janvier, la note du contrôle continu sera automatiquement reportée en Septembre, seule l'examen écrit (60%) pourra être repassé.
Méthodes d'enseignement	Cours Lecture Etudes de cas Mise en oeuvre d'une étude marketing et rédaction d'un rapport Participation à des études/recherches marketing E-learning
Contenu	Ce cours vise à vous initier aux Etudes Marketing –L'objectif est d'une part de présenter un ensemble de méthodes et outils pour la collecte et l'analyse de données primaires et secondaires –L'objectif est d'autre part de vous impliquer dans une démarche d'étude de marché •Il vise en outre à sensibiliser les participant(e)s à la nécessité de se montrer exigeant(e)s - et leur en donner les moyens - à l'égard des sociétés d'études de marché et de conseil en marketing, aux services desquelles elles/ ils peuvent être amené(e)s à faire appel. INTRODUCTION LES METHODOLOGIES QUALITATIVES 1. Introduction 2. Collecte de données qualitatives 3. Analyse des données qualitatives 4. Contrôle des données 5. Vidéographie DEMARCHE ETUDE DE MARCHE 1. Cadrage étude de marché 2. Phase exploratoire-Etude préliminaire 3. Définition de la question d'étude 4. Rédaction des hypothèses 5. Collecte des données 6. Préparation et analyse des données 7. Synthèse et recommandations L'ETUDE DE CAUSALITE : - l'expérimentation LES PANELS –Les panels de consommateur –Les panels de distributeurs WEBANALYTICS PROJETS

Ressources en ligne	Les supports de cours et les ressources en ligne sont disponibles sur le student corner. Le certificat google analytics - https://analytics.google.com/analytics/academy/
Bibliographie	MALHOTRA, N. Études marketing, 6e édition, Pearson JOLIBERT A., DELACROIX E., MONNOT E., et JOURDAN P. (2020), Marketing Research : Méthodes de recherche et d'études en marketing (ouvrage collectif), 2ème édition, Dunod
Faculté ou entité en charge:	CLSM

Programmes / formations proposant cette unité d'enseignement (UE)				
Intitulé du programme	Sigle	Crédits	Prérequis	Acquis d'apprentissage
Bachelier en sciences de gestion	GESM1BA	5	MGEST1108	