

# US181R - Les études de marché

🌟 Valide le 20-05-2019

## Présentation

**Code : US181R**

### Prérequis

- Bac+4
- 2 ans d'expérience commerciale minimum ;
- admission sur dossier et entretien (si nécessaire) ;
- inscription obligatoire à l'ensemble du Master Droit, économie, gestion, mention commerce marketing, spécialité distribution vente ou du Magister Mercatique et management : direction mercatique.

Prérequis :

Les élèves ont le niveau M1 (CPN23) de l'US180S sur les études de marché et maîtrisent ainsi les fondamentaux de la réalisation d'une étude de marché, la mise en œuvre d'un protocole de recherche, ainsi que les techniques d'études qualitatives et quantitatives.

4 crédits

**Responsabilité nationale :**

EPN15 - Stratégies / Valérie  
CHARRIERE-GRILLON

**Contact national :**

EPN15 Stratégies - ICSV

37.2.08, 2 rue Conté

75003 Paris

01 58 80 86 55

Zahra ADJLOUT

[zahra.adjlout@cnam.fr](mailto:zahra.adjlout@cnam.fr)

## Objectifs pédagogiques

Cet enseignement a pour objectif de permettre à l'élève de développer les compétences nécessaires à la construction des protocoles d'études dans le cadre d'une décision stratégique.

## Programme

### Contenu

- Notions générales sur les études de marché (approches qualitatives et quantitatives) : comprendre les besoins d'un client ou d'une entreprise et définir la méthode et le protocole de l'étude de marché ; techniques d'échantillonnage et de recueil des données ; techniques d'analyse des données ; méthodes et outils de validation des résultats.
- Evolution du comportement consommateur.
- Utilisation des méthodes qualitatives (entretiens individuels, observations, méthode des cas...).
- Veille concurrentielle et intelligence économique.
- Problématiques d'études dans des contextes innovants.
- Initiation à la prospective.
- Impact du numérique sur les études (études en ligne, analyse des contenus Internet, mobilité...).
- Approches ethno-méthodologiques en marketing.
- Panels.

## Bibliographie

Titre	Auteur(s)
Les études de marché Dunod 2010	Daniel Caumont
Market, méthodes de recherches et d'études en Marketing, Dunod 2011	Yves Evrard, Bernard Pras, Elyette Roux