

USEN80 - Mercatique : concept et étude marketing

Présentation

Objectifs pédagogiques

Acquérir et approfondir les notions de base des études marketing

Compétences

Savoir définir et mettre en uvre une étude marketing dans des problématiques courantes

Programme

Contenu

Concepts et études marketing

Principes et acteurs du marketing. Modèles de comportement d'achat. Tendances socio-culturelles. Démarche d'une étude sur un exemple simple.

Méthodologies de recueil d'informations marketing, conception de questionnaires

Notion d'Insight

Introduction aux études qualitatives et ethnographiques

Échantillonnage aléatoire et par quotas, notions de stratification

Analyse d'informations marketing, rappels de statistiques descriptives, application à la segmentation de clientèle (typologie) et au positionnement de produits (analyse factorielle)

Panels de consommateurs, de distributeurs et d'audience, " access panels " ; panels d'internautes. Single source.

Géomarketing.

Cas concrets d'applications, exposés d'experts.

ED d'application sur les principaux chapitres

🌟 Valide le 16-02-2019

Code : USEN80

1 crédits

Responsabilité nationale :

EPN01 - Bâtiment et énergie /

Christophe MARVILLET

Contact national :

Cnam Grand-Est

4 rue du Dr Heydenreich

CS 65228

5405 Nancy Cedex

03 83 85 52 62

Valérie Dardinier

valerie.dardinier@lecnam.net