

Marketing quantitatif

Niveau : Marketing quantitatif

Cursus : Licence 3

Semestre : 5

Volume horaire : 18 h CM

Intervenant : Didier PICHON

Contact : didier.pichon@univ-st-etienne.fr

Objectifs du cours : Description (5 à 10 lignes).

Le cours permet d'appréhender la notion de marketing quantitatif, de connaître son évolution, de comprendre les limites et les précautions à prendre. Enfin de bien distinguer la différence entre enquête et expérience.

Plan de cours :

- ✓ Les champs d'application du marketing, la place du marketing dans l'entreprise (La démarche marketing, évolution du marketing),
- ✓ Les études marketing (démarche générale, objectifs, les différents types, études qualitatives/quantitatives),
- ✓ Les études quantitatives (définition, objectifs),
- ✓ La méthodologie d'enquête (échantillonnage probabiliste : tirage au sort, table des nombres, sondage stratifié, non probabiliste : méthode des itinéraires, méthode des quotas, taille, choix, redressement, le recueil des données),
- ✓ L'élaboration d'un questionnaire (structure, les différents types de questions, l'administration, le test),
- ✓ L'analyse des résultats (tris à plat/croisés, dépouillement, restitution),
- ✓ Le partage de l'information obtenue (Notion de confidentialité), étude d'usage et attitude, étude d'image,
- ✓ Les panels et les marchés tests.
- ✓ Différence entre enquête et expérience.

Compétences développées : (5 à 10 lignes).

L'étudiant sera capable de mettre en place une enquête rigoureuse et efficace, de sa conception jusqu'à la diffusion des résultats en tenant compte de la notion de confidentialité de l'analyse et des éléments chiffrés.

Modalités d'évaluation : Contrôle continu

1 QCM intermédiaire,

1 Devoir final sous forme de cas.