

Market Research

Infos pratiques

- > ECTS : 3.0
- > Nombre d'heures : 8.0
- > Langue(s) d'enseignement : Français, Anglais
- > Niveau d'étude : BAC +4
- > Période de l'année : Enseignement septième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Composante : Langues et cultures étrangères
- > Code ELP : 4V7AIMSP

Présentation

- Le cours présente la méthode et les techniques pour planifier et réaliser une étude de marché, que ce soit pour estimer le potentiel d'un nouveau produit, comprendre les tendances, les besoins et les motivations des clients ou mesurer leur taux de satisfaction.
- Les sessions sont interactives et incluent des simulations d'interviews et des exercices pratiques.
- Ce cours implique une part importante de travail personnel : les étudiants réaliseront de vraies études de marché sur des sujets d'actualité.

Objectifs

Acquisition des connaissances nécessaires pour planifier et réaliser une étude de marché documentaire, conduire des interviews qualitatives ou réaliser des sondages en ligne.

Évaluation

- Test de connaissance
- Travaux pratiques
- Contrôle continu

Pré-requis nécessaires

Aucun

Compétences visées

- Connaître les techniques pour planifier et réaliser des études dans différents contextes
- Savoir réaliser des interviews qualitatives et en faire un rapport consolidé
- Savoir réaliser des sondages en ligne et en synthétiser les conclusions

Contact(s)

> Catherine Teirlynck

Responsable pédagogique
cteirlyn@parisnanterre.fr