

Analyse du marché

Domaine	Economie et Services
Filière	Economie d'entreprise
Orientation	Economie d'entreprise (EE)
Mode de formation	Plein temps

Informations générales

Nom:	:	Analyse du marché
Identifiant:	:	HEG-AnaMar
Année académique	:	2018-2019
Responsable:	:	Didier Durroux
Charge de travail:	:	90 heures d'études
Périodes encadrées:	:	45 (= 33.75 heures)

Semestre	E1	S1	S2	E2	S3	S4	E3	S5	S6
Cours					45				

Connaissances préalables recommandées

Aucunes.

Objectifs

Au terme de l'unité d'enseignement, l'étudiant-e doit :

1. Maîtriser les concepts clés relatifs aux études de marché et connaître les principales techniques d'études qualitatives et quantitatives (contextes d'application, méthodologies, résultats)
2. Transposer ces concepts à des cas d'applications réels tout en utilisant les outils appropriés (de la compréhension de la problématique du client à la présentation des résultats)

Contenu et formes d'enseignement

Répartition des périodes indiquée à titre informatif.

Cours: 45 périodes

- Compréhension et positionnement des Etudes de Marché dans la démarche marketing 6
- Typologies de études du marché. 6
- Etude qualitative : Comprendre le consommateur, explorer de nouveaux horizons 20
- Etude quantitative : Mesurer et valider des hypothèses 13

Bibliographie

Aucune information

Contrôle de connaissances**Cours:**

Règles de calcul de l'unité de cours – analyse du marché :

- contrôle continu (40%) : note sur base des travaux réalisés à chaque phase du projet, arrondi au 1/10;
- présentation finale du projet (60%) : présentation du projet d'étude de marché en groupe portant sur la problématique réelle d'une entreprise. poids de l'unité de cours :80 %.

Des pénalités de 0.1 point sur la note du rapport écrit peuvent être encourues en cas de non-respect du nombre de pages exigé, de remise tardive ou de mauvaise qualité de retranscription.

Calcul de la note finale

Note finale = moyenne cours x 1

Fiche validée le 10.09.2018 par Borter Silna