# **Formation**

# le cnam

# Mercatique I : concepts et études marketing

Présentation

# Responsable

Valerie CHARRIERE GRILLON

# Public, conditions d'accès et prérequis

Avoir le niveau Bac + 2 (commerce/ gestion ou scientifique/technique). Connaissances générales du fonctionnement d'une entreprise. Notions élémentaires de statistiques Expérience professionnelle minimale de 2 ans souhaitable

# **Objectifs**

Acquérir ou approfondir les notions de base des études marketing par une pédagogie active, illustrée de nombreux exemples concrets. Public : élèves non impliqués directement dans les métiers du marketing et de la vente et souhaitant mieux comprendre ces domaines, professionnels exerçant une activité commerciale ou marketing et désirant approfondir ou actualiser leurs connaissances.

#### Voir aussi les formations aux métiers de

Chargé / Chargée d'études en marketing

#### Voir aussi les formations en

Intelligence économique

Mathématiques appliquées à l'économie et à la gestion

Communication marketing

**Marketing** 

Stratégie commerciale

<u>Publicité</u>

Recherche d'information

Analyse des données économiques

Statistiques pour l'économie

**Prospective** 

Psychologie cognitive

Méthode qualitative

Méthode quantitative

Méthodologie d'enquête

Recueil de données

Méthode exploratoire

**Modélisation** 

Etude de marché

Veille marketing

Intelligence marketing

Positionnement de produits

Gestion de la relation client CRM

Segmentation de clientèle

Marketing de l'innovation

études marketing

études de prix

études de positionnement

merchandising

Relation client

**Prévision** 

Données de panel

**Echantillonnage** 

Analyse des besoins

Outil d'aide à la décision

Prise de décision

Choix de modèle

Modélisation quantitative

Modélisation qualitative

Analyse qualitative

Analyse comportementale

Comportement du consommateur

Enquête

Statistique descriptive

Programme

### **Programme**

#### Concepts et études marketing

Cours:

Principes et acteurs du marketing, le marché, le métier des études

Démarche d'une étude sur un exemple simple

Méthodologies de recueil d'informations marketing,

conception de questionnaires

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.

Etudes en ligne, forums de co création, e-réputation, communautés online

Scoring et géomarketing

Cas concrets d'applications, exposés d'experts

ED d'application sur les principaux chapitres

Informations pratiques

#### Contact

Cnam - EPN15 1D3P10, 37.2.12, 2 rue Conté 75003 Paris

par esc.marketing@Lecnam.net

# Centre(s) d'enseignement

Millau

Code Stage: ESC101

**Equivalence UE** 

Mercatique I : Les Etudes de marché et les nouveaux enjeux de la Data

Page	3
ı ugc	$\sim$