Conception et gestion des études

ECTS : 3

Description du contenu de l'enseignement :

A partir d'un dossier servant de fil rouge tout au long de sept séances, le cours appelle les éléments de base théoriques de conception et de gestion d'une étude marketing et les fait appliquer par les étudiants. Le cours doit préparer les étudiants à réaliser leur mission de S4.
Savoir élaborer un projet d'études marketing en reprenant chaque étape de construction du projet : (1) Rappel du contexte et objectifs de l'étude, (2) Méthodologie à mettre en œuvre : population à interroger, mode d'interrogation, construction de l'échantillon, (3) Nature des informations à recueillir, (4) Planning et budgétisation, (5) Apprendre à rédiger un questionnaire, et à tirer le meilleur parti des informations recueillies grâce à un plan de dépouillement précis, (6) Savoir analyser et commenter des résultats d'étude

Compétence à acquérir :

Capacité à concevoir un projet d'étude et à le mettre en application

Mode de contrôle des connaissances :

Rapport et présentation des résultats d'un projet mené par groupe, en fin de module.

Document susceptible de mise à jour - 09/12/2025
Université Paris Dauphine - PSL - Place du Maréchal de Lattre de Tassigny - 75775 PARIS Cedex 16