

Analyse de données marketing

Composante
Institut d'Administration des Entreprises (IAE)

Période de l'année
Semestre 2

En bref

- # **Langue(s) d'enseignement:** Français
- # **Méthodes d'enseignement:** En présence
- # **Organisation de l'enseignement:** Formation initiale, Contrat de professionnalisation
- # **Ouvert aux étudiants en échange:** Oui

Présentation

Heures d'enseignement

TD	TD	9h
CM	CM	15h
PEAP	Participation à des événements académiques ou professionnels	1h

Programme détaillé

- Statistiques à une variable
- Indicateurs
- Analyse bivariée
- Analyse multivariée
- Application sur SPSS

Compétences visées

Maîtriser le traitement et l'analyse de données issues d'études de Marché pour répondre à une problématique marketing définie.

Traiter et analyser des données Marketing notamment à l'aide d'outils informatiques (SPSS)

Bibliographie

Jolibert A., Jourdan P. (2006) : Marketing Research, Méthodes de Recherche et d'Etudes en Marketing, DUNOD, Paris.

Malhotra N., Decaudin J. M., Bouguerra A., Bories D. (2011) : Etudes Marketing avec SPSS 6ème édition, Pearsons Education, Paris.

Evrard Y, Pras B., Roux E. (2003) : MARKET : Etudes et Recherches en Marketing, 3ème édition, Dunod, Paris.

Giannelloni J. L., Vernet E. (2012) : Etudes de Marché, 3ème édition, Vuibert, Paris.

Infos pratiques

Lieu(x)

Niort

En savoir plus

<https://iae.univ-poitiers.fr/>