



## Parcours certifiant études marketing

Réussir la mise en place de ses études marketing

À l'issue de ce parcours, vous serez en mesure d'accompagner les équipes internes dans leurs besoins en études en fonction d'une problématique marketing.

### MODULE 1 | 3 jours

#### Mettre en place des études qualitatives

##### Définir le rôle des études

- Identifier les applications des études marketing.
- Comprendre le marché et ses différents acteurs.
- Définir les objectifs et intégrer les contraintes.
- Mesurer les motivations, attitudes et comportements.

##### Formuler une problématique marketing en termes d'études

- Analyser la problématique et les contraintes.
- Choisir les méthodes.
- Déterminer un programme d'étude.
- Les deux grandes familles de méthodes qualitatives et quantitatives et leur complémentarité.

##### Connaître les différents fondements des sciences humaines dans les études qualitatives

- Sociologie, ethnologie.
- Psychologie.
- Sémiologie.

##### Identifier les modes de recueil de l'information

- Choisir entre entretiens et groupes.
- Les techniques : la conduite d'entretiens et l'animation de groupes.
- Les outils de cadrage : guide d'entretien et schéma d'animation.

- L'analyse de contenu : les différentes approches.
- Définir et recruter les cibles.
- Les techniques de créativité.

#### MODULES DISTANCIELS

- **E-quiz** en amont/aval de la formation
- À quoi servent les études marketing ?
- Comment définir ses objectifs ?
- Que doit-on savoir sur le consommateur ?

### MODULE 2 | 3 jours

#### Mettre en place des études quantitatives

##### Définir la collecte des données quantitatives

- Choisir une méthode de collecte selon les objectifs (face à face, téléphone, web, sms...).
- Le mode de contact et le mode de recueil de l'information.

##### Utiliser les méthodes d'échantillonnage

- La taille de l'échantillon et les sources d'erreurs.
- Choisir une méthode d'échantillonnage.
- Construire le questionnaire.
- Les étapes préliminaires.
- Les séquences.
- L'ordre des questions.
- La formulation des questions, les filtres, les échelles.

##### Utiliser les méthodes statistiques

- Rappel des données fondamentales.
- La fiabilité et la précision des résultats.
- Les tests et la signification des différences.
- L'analyse des données quantitatives.

##### Les études de tendances et de sociostyles

##### Les études de développement de nouveaux produits

##### Les études de mix marketing

- Concept.
- Positionnement.
- Produit / prix / distribution / communication.

##### Intégrer les outils digitaux

- Les études on-line.
- Les études sur mobile.
- L'analyse de contenus : web et réseaux sociaux.

##### Cas de synthèse

### MODULE 3 | 3 jours

#### Piloter ses études au quotidien

##### Les études au quotidien

- La mission et les tâches du responsable d'études.
- Du plan marketing au plan d'étude.
- Le budget étude, les procédures.
- Le rapport d'étude.
- La présentation des résultats.

##### Le partenariat avec les instituts d'études

- Le brief.
- Le choix d'une société d'études.
- Le suivi de la réalisation de l'étude.

## INITIATION

Code : ETUDE

- 9 jours - 63 heures
- Prix HT : 4810 € (repas inclus)

### PARCOURS CERTIFIANT

Code : CERTIFTU

- 10 jours - 70 heures
- Prix HT : 5890 € (repas inclus)



\*Option certifiante

La participation au parcours certifiant permet d'obtenir un Certificat Professionnel FFP (CP FFP)

Responsable études marketing attestant de la maîtrise de nouvelles compétences.

- Soutenance d'un mémoire devant un jury professionnel à l'issue du parcours.
- Ce parcours est validé par l'ISQ - OPOF.

## PLANNING

### Paris

15 au 17 mai 2019  
+ 12 au 14 juin 2019  
+ 9 au 11 juillet 2019  
+ 12 juillet 2019 (option certifiante)

7 au 9 octobre 2019  
+ 4 au 6 novembre 2019  
+ 3 au 5 décembre 2019  
+ 6 décembre 2019 (option certifiante)

Journée de préparation à la certification ( 1 jour )

Besoin d'aide pour constituer votre dossier de financement ? Contactez-nous !

01 43 72 64 00 • [inscription@ism.fr](mailto:inscription@ism.fr)

### OBJECTIFS

- Choisir les méthodes de réalisation les plus adaptées.
- Apprécier et analyser les résultats des études.
- Dialoguer et travailler efficacement avec les cabinets d'études.

### PUBLIC CONCERNÉ

Chargés d'études qualitatives et/ou quantitatives. Responsables études en prise de poste.

Nous vous accompagnons avant, pendant et après la formation

#### Distanciel

Quiz amont

#### Présentiel

Journée en présentiel

#### Distanciel

Communauté en ligne pour échanger avec les autres apprenants  
e-évaluation  
Classes virtuelles  
Modules vidéo

