

# Bachelier en marketing

<b>HELHa Campus Montignies</b> 136 Rue Trieu Kaisin 6061 MONTIGNIES-SUR-SAMBRE		
Tél : +32 (0) 71 15 98 00	Fax :	Mail : <a href="mailto:eco.montignies@helha.be">eco.montignies@helha.be</a>

## 1. Identification de l'Unité d'Enseignement

Etudes de marché			
Ancien Code	ECMK2B16EDM	Caractère	Obligatoire
Nouveau Code	COMK2160		
Bloc	2B	Quadrimestre(s)	Q1
Crédits ECTS	3 C	Volume horaire	36 h
Coordonnées des responsables et des intervenants dans l'UE	<b>Emerence LEHEUT</b> (leheute@helha.be)		
Coefficient de pondération	30		
Cycle et niveau du Cadre Francophone de Certification	bachelier / niveau 6 du CFC		
Langue d'enseignement et d'évaluation	Français		

## 2. Présentation

### Introduction

Cette activité d'apprentissage a pour but d'apprendre aux étudiants à réaliser une étude de marché complète, de la définition du sujet à la présentation des résultats. L'étude de marché est un élément capital dans la prise des décisions marketing.

### Contribution au profil d'enseignement (cf. référentiel de compétences)

Cette Unité d'Enseignement contribue au développement des compétences et capacités suivantes :

### Acquis d'apprentissage visés

Nous poursuivons donc l'objectif de concevoir et mener à bien une étude de marché dans cette optique de prise de décision marketing. Au terme de cette activité d'apprentissage, l'étudiant sera capable de :

- Identifier les objectifs d'une étude et choisir la méthodologie appropriée aux objectifs
- Mener des entretiens individuels ou de groupe et en faire une analyse qualitative
- Concevoir un questionnaire
- Organiser la collecte et l'encodage des informations
- Présenter les résultats de l'étude et formuler des recommandations marketing aux décideurs
- Utiliser un logiciel spécialisé dans les enquêtes online

### Liens avec d'autres UE

Prérequis pour cette UE : aucun

Corequis pour cette UE : aucun

## 3. Description des activités d'apprentissage

Cette unité d'enseignement comprend l(es) activité(s) d'apprentissage suivante(s) :

ECMK2B16EDMA Etudes de marché qualitatives et quantitatives

36 h / 3 C

### Contenu

Table des matières sommaire

Introduction

- Etude de marché : définition et objectifs
- Les caractéristiques d'une bonne étude de marché

- Enjeux éthiques de la recherche en marketing

#### Chapitre 1: définition de la question d'étude

- Contraintes environnementales
- Etablissement d'un cahier des charges
- Facturation d'une étude de marché
- Nature des sources d'information
- La question d'étude et les questions de recherche

#### Chapitre 2: l'étude exploratoire

- Objectifs de l'étude exploratoire
- Caractéristiques de l'étude exploratoire
- Eléments constitutifs de l'étude exploratoire
- Revue de littérature
- Pré-enquête et interviews d'experts

#### Chapitre 3: les hypothèses

#### Chapitre 4 : l'étude empirique

- Observation, enquête et expérimentation
- Le questionnaire d'enquête et le pré-test
- Les outils d'enquête en ligne
- L'échantillonnage : concepts et méthodes
- La marge d'erreur et l'intervalle de confiance
- La collecte des données : les méthodes d'administration du questionnaire
- L'encodage des données sur Excel
- L'analyse statistique des données

#### Chapitre 5 : Conclusions de l'étude de marché

- Conclusions, limites et recommandations managériales
- Sources potentielles d'erreur dans les études de marché

#### Concepts clés

Questions d'étude et de recherche, revue de littérature, étude marketing, enquête, questionnaire, échantillonnage, interviews, guide d'interview, marge d'erreur, recommandations managériales

### **Démarches d'apprentissage**

Cette activité d'apprentissage se compose de :

- Un cours magistral agrémenté d'exemples réels provenant des recherches académiques et des missions de consultance du professeur
- Des exercices pratiques et des mises en situation
- L'apprentissage d'un outil d'enquête en ligne

### **Dispositifs d'aide à la réussite**

Lors du dernier cours, séance de questions-réponses et distribution d'un document reprenant la matière d'examen

### **Sources et références**

- Evrard, Y., Pras, B., Roux, E., Desmet, P., Dussaix, A.-M., & Lilien, G. (2009). Market : Fondements et méthodes des recherches en marketing (4e éd. [restructurée et mise à jour]). Dunod.
- Giannelloni, J., Vernet, É. (2019). Études de marché. Vuibert.
- Vernet, É. (2017). Techniques d'étude de marché. Vuibert.
- Malhotra, N., Décaudin J.-M., Bouguerra A., Bories D., & Marty S. (2014). Études marketing (6e édition). Pearson.

### **Supports en ligne**

Les supports en ligne et indispensables pour acquérir les compétences requises sont :

Syllabus (copie des slides projetés)

Notes de cours

Exercices pratiques réalisés au cours

Document de présentation de l'outil de questionnaire en ligne Limesurvey

Modalités opérationnelles, PPTs ou autres supports, notes de cours, vademecum, directives seront postés sur la plateforme numérique au regard de l'AA.

## 4. Modalités d'évaluation

### Principe

L'évaluation des compétences acquises dans le cadre de ce cours se fera de deux manières :

- des exercices réalisés pendant le quadrimestre comportant des exercices en groupe et des exercices individuels. Ces exercices seront exclusivement réalisés pendant les heures de cours. Les étudiants seront prévenus via ConnectED de la tenue de ces exercices au plus tard une semaine avant la séance.
- un examen écrit qui contient une ou deux question(s) théoriques ainsi qu'un ou des exercice(s) de réflexion/d'application

Les modalités opérationnelles de l'évaluation seront déposées au regard de l'UE sur ConnectED.

Si l'étudiant n'a pas souhaité participer à une activité pédagogique faisant l'objet d'une évaluation, une autre modalité d'évaluation lui sera imposée. Par ailleurs, si l'activité pédagogique est obligatoire, l'étudiant est ajourné.

### Pour les étudiants diplômables en janvier

Première session : modalités du Q1 de l'année N.

Deuxième session : 100% examen écrit (matière du Q1 de l'année N).

### Pondérations

	Q1		Q2		Q3	
	Modalités	%	Modalités	%	Modalités	%
production journalière	Evc	20				
Période d'évaluation	Exe	80			Exe	100

Evc = Évaluation continue, Exe = Examen écrit

### Dispositions complémentaires

#### **Pondération des Activités d'Apprentissage dans l'Unité d'Enseignement**

Si l'Unité d'Enseignement est constituée d'une seule Activité d'Apprentissage, la note obtenue pour l'activité d'apprentissage est reportée automatiquement à la note de l'Unité d'Enseignement.

Si l'Unité d'Enseignement est constituée de plusieurs Activités d'Apprentissages :

- Sauf décision contraire du jury de délibération. En cas d'échec à une Activité d'Apprentissage (AA) qui la compose, l'Unité d'enseignement ne sera pas validée. En cas d'échec à une ou plusieurs AA, la note de l'UE sera la note la plus faible des AA en échec.
- Si toutes les AA ont une note supérieure ou égale à 10, alors la note de l'unité d'enseignement est obtenue en effectuant une moyenne arithmétique pondérée des notes finales obtenues lors des évaluations des différentes activités d'apprentissage qui la composent.

En cas de note englobante (CM (certificat médical), ML (motif légitime), PP (pas présenté), PR (note de présence), Z (zéro) ou FR (fraude)) dans une des Activités d'Apprentissage composant l'Unité d'Enseignement, cette mention sera reportée automatiquement à la note de l'Unité d'Enseignement, et ce quelle que soit la note obtenue pour l'autre/les autres activités d'apprentissage composant l'UE.

Aussi, la non-présentation d'une partie d'une épreuve (ex : une partie écrite et une partie orale d'un examen) entraînera la mention PP pour l'ensemble de l'activité d'apprentissage, quelles que soient les notes obtenues aux autres parties de l'évaluation.

Notez que ces principes explicités en matière de pondération des activités d'apprentissage de l'UE et de notation restent identiques quelle que soit la période d'évaluation (première ou seconde session).

Référence au RGE

En cas de force majeure, une modification éventuelle en cours d'année peut être faite en accord avec le Directeur adjoint de département, et notifiée par écrit aux étudiants. (article 67 du règlement général des études 2025-2026).