

CHARGÉ D'ETUDES MARKETING

MK49

3 jours (21h) 1 850,00 €^{HT}

Objectifs

Définir l'étude qui permettra de répondre à sa problématique marketing • Suivre et superviser toutes les étapes en collaboration avec les instituts d'études • Diffuser et exploiter les résultats en proposant des actions concrètes

Profil Stagiaire(s)

cette formation Marketing est destinée aux chargés d'études ou responsables d'études en entreprise, chefs de produits, responsables marketing

Profil animateur(s)

Cette formation Marketing est animée par un consultant en Marketing, spécialiste des études



PROGRAMME

Occuper la fonction de chargé d'études

Définir le rôle du chargé d'études au sein de l'entreprise
Identifier la mission et les activités du chargé d'études
Déterminer le budget études et en faire le suivi
Gérer les relations avec les demandeurs et les utilisateurs des études
Les opportunités et les risques de cette fonction

Procéder au cadrage d'une étude

A partir d'une problématique marketing, spécifier l'étude la plus adaptée pour y répondre
Traduire une question marketing en questions d'études, puis définir le périmètre de l'étude (sélection des questions d'études)
Ecrire le brief destiné aux instituts d'études
Proposer la méthodologie d'étude la plus appropriée (qualitative ou quantitative)

Suivre et superviser toutes les étapes de la réalisation d'une étude qualitative

Identifier les points clés d'une étude qualitative afin de suivre et superviser toutes les étapes :

- . les principaux domaines d'application des études qualitatives
- . le choix d'une méthodologie d'étude qualitative (groupes, entretiens)
- . la rédaction du guide
- . le déroulement du terrain de l'étude
- . l'analyse de contenu, l'analyse thématique et le rapport d'étude

Suivre et superviser toutes les étapes de la réalisation d'une étude quantitative

Identifier les points clés d'une étude quantitative pour en suivre et superviser toutes les étapes :

Les principaux domaines d'application des études quantitatives
Le choix d'une méthodologie d'étude quantitative (technique d'échantillonnage, taille d'échantillon, mode d'administration du questionnaire)
La rédaction du questionnaire (structure du questionnaire, formulation des questions, utilisation des différentes échelles)
Le déroulement du terrain de l'étude
L'analyse des résultats, le traitement des données

Collaborer avec un cabinet d'études si besoin est

Compte tenu de l'étude prédéfinie, procéder au choix du cabinet le plus approprié et travailler en collaboration
Diffuser et exploiter les résultats :

- . présenter, diffuser et promouvoir les résultats
- . faire des recommandations, proposer un plan d'actions

Contactez-nous

Conseiller formation
09 88 66 10 00
inscriptions@demoss.fr

Nos sessions

6 - 8 déc. 2021 : Paris / A Distance

28 - 30 mars 2022 : Paris / A Distance

29 juin - 1 juil. 2022 : Paris / A Distance

26 - 28 sept. 2022 : Paris / A Distance

14 - 16 déc. 2022 : Paris / A Distance

CHARGÉ D'ETUDES MARKETING

MK49

3 jours (21h) 1 850,00 €^{HT}

Méthode pédagogique

Une étude de cas fil rouge

Les sessions "A distance" sont réalisées avec l'outil de visioconférence Teams, permettant au formateur d'adapter sa pédagogie.

Moyens pédagogiques et techniques de mise en œuvre

Nos formateurs DEMOS sont recrutés conformément aux spécifications mentionnées pour chaque formation. Ce sont des professionnels en activité et/ou des experts dans leur domaine.

Ils utilisent des méthodes et outils appropriés aux formations qu'ils dispensent et adaptent leur pédagogie au public accueilli.

Par ailleurs, nos centres de formation DEMOS sont tous équipés :

- Salles de formation lumineuses, spacieuses, design, ergonomiques, mobiles et équipées d'écrans plasma, de PC portables/fixes si nécessaire à la formation suivie.
- Accès au wifi haut débit sur l'ensemble des lieux
- Espace de co-learning et webcorners
- Cafés, collations et rafraîchissement sont offerts

Et tous sont accessibles aux personnes à mobilité réduite

Le dispositif de suivi et d'évaluation

Pour assurer un suivi individuel, Demos a mis en place 2 types d'évaluation :

- Des évaluations des acquis en cours et en fin de formation

Elles peuvent être faites de différente manière selon le contenu de la formation suivie :

Quiz, exercice pratique, étude de cas, jeu de rôles, mise en situation, soutenance devant un jury pour les formations à finalité certifiante.

- Une évaluation de la satisfaction de chaque stagiaire est réalisée en ligne. Cette évaluation est complétée par l'appréciation du formateur à l'issue de chaque session.