

Certificat

Étude Sociale, Commerciale
et Analyse de Marché



Certificat

Étude Sociale, Commerciale et Analyse de Marché

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 12 semaines
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Accès au site web: www.techtitute.com/fr/ngenierie/cours/etude-sociale-commerciale-analyse-marche

Sommaire

01

Présentation

page 4

02

Objectifs

page 8

03

Structure et contenu

page 12

04

Méthodologie

page 16

05

Diplôme

page 24

01

Présentation

La concurrence sur le marché actuel est de plus en plus intense. Les ingénieurs doivent donc être au courant des dernières tendances en matière d'étude sociale et commerciale. Cela leur permettra de concevoir des produits et des services innovants qui répondent aux besoins changeants des consommateurs. C'est pourquoi TECH a conçu un diplôme qui permet aux étudiants de maximiser leurs connaissances sur des aspects tels que les Études de Marché en ligne, les Études de Bureau et le Travail sur le Terrain, entre autres. Tout cela grâce à une modalité 100% en ligne et au matériel multimédia le plus dynamique et le plus pratique du marché académique.

“

*Acquérir de nouvelles compétences sur
l'Organisation de l'Étude de Marché ou les
Types d'Information, grâce à TECH”*

Étudier l'étude sociale, commerciale et l'analyse de marché est essentiel pour un ingénieur car cela lui fournit les outils nécessaires pour collecter et analyser des données sur les consommateurs et le marché, identifier les opportunités de marché et développer des produits et des services innovants. Acquérir cette capacité à comprendre les besoins des consommateurs et les tendances du marché est essentiel au succès de toute entreprise et les ingénieurs qui possèdent ces compétences ont un avantage concurrentiel sur le marché.

C'est pourquoi TECH a conçu un Certificat en Étude Sociale, Commerciale et Analyse de Marché qui vise à fournir aux étudiants les aptitudes et les compétences nécessaires pour qu'ils puissent effectuer leur travail en tant que spécialistes avec la plus grande efficacité et la meilleure qualité possible. Ainsi, tout au long de ce programme, des aspects tels que les Études Sociales et de Marché, les Études de Cabinet, les Sources d'Information ou les Techniques de Collecte d'Information seront abordés.

Tout cela, grâce à un mode pratique 100 % en ligne qui permet aux étudiants d'organiser leur emploi du temps et leurs études, en les combinant avec leur travail et leurs intérêts quotidiens. En outre, ce diplôme dispose du matériel théorique et pratique le plus complet du marché, ce qui facilite le processus d'étude de l'étudiant et lui permet d'atteindre ses objectifs rapidement et efficacement.

Ce **Certificat en Étude Sociale, Commerciale et Analyse de Marché** contient le programme académique le plus complet et le plus actuel du marché. Les principales caractéristiques sont les suivantes:

- ◆ Le développement d'études de cas présentées par des experts en Étude Sociale, Commerciale et Analyse de Marché
- ◆ Les contenus graphiques, schématiques et éminemment pratiques de l'ouvrage fournissent des informations sportives et pratiques sur les disciplines essentielles à la pratique professionnelle
- ◆ Les exercices pratiques où effectuer le processus d'auto-évaluation pour améliorer l'apprentissage
- ◆ Il met l'accent sur les méthodologies innovantes
- ◆ Cours théoriques, questions à l'expert, forums de discussion sur des sujets controversés et travail de réflexion individuel
- ◆ La possibilité d'accéder aux contenus depuis n'importe quel appareil fixe ou portable doté d'une connexion internet



Atteignez votre plein potentiel dans le domaine de l'Étude de Marchés en ligne en seulement 12 semaines et avec une totale liberté d'organisation"

“

Approfondissez en Gestion de Projets de Recherche depuis depuis le confort de votre domicile et à n'importe quel moment de la journée”

Le corps enseignant du programme comprend des professionnels du secteur qui apportent l'expérience de leur travail à cette formation, ainsi que des spécialistes reconnus de grandes sociétés et d'universités prestigieuses.

Grâce à son contenu multimédia développé avec les dernières technologies éducatives, les spécialistes bénéficieront d'un apprentissage situé et contextuel, ainsi, ils se formeront dans un environnement simulé qui leur permettra d'apprendre en immersion et de s'entraîner dans des situations réelles.

La conception de ce programme est basée sur l'Apprentissage par les Problèmes, grâce auquel le professionnel doit essayer de résoudre les différentes situations de pratique professionnelle qui se présentent à lui tout au long du parcours académique. Pour ce faire, l'étudiant sera assisté d'un innovant système de vidéos interactives, créé par des experts reconnus

Accédez à tout le contenu sur les Types d'Étude de Marchés ou les Sources d'Information depuis votre tablette, votre mobile ou votre ordinateur.

Renforcez votre profil professionnel dans l'un des domaines les plus prometteurs de la Statistique Économique, grâce à TECH et aux matériaux les plus innovants.



02 Objectifs

L'objectif final de ce Certificat en Étude Sociale, Commerciale et Analyse de Marché est d'acquérir une mise à jour rigoureuse de vos connaissances dans ce domaine. Une mise à jour qui permettra aux étudiants de réaliser leur travail avec la plus grande qualité possible. Tout cela, grâce à TECH et à un mode 100% en ligne qui donne aux étudiants une totale liberté d'organisation et d'horaires.





“

Il aborde tous les aspects essentiels des Sources et Techniques de Collecte d'informations Sociales et de Marchés, sans quitter son domicile et sans avoir besoin de se déplacer”



Objectifs généraux

- ◆ Appliquer leurs connaissances à leur travail ou à leur vocation de manière professionnelle et posséder les compétences habituellement démontrées par l'élaboration et la défense d'arguments et la résolution de problèmes dans leur domaine d'étude
- ◆ Effectuer les opérations de base liées au nettoyage des données
- ◆ Utiliser les sources d'information appropriées pour chaque type d'étude appliquée
- ◆ Décrire les principales sources de croissance à long terme de la production globale dans une économie
- ◆ Calculer et utiliser les élasticités et les indices du coût de la vie

“

Dépassez vos attentes les plus élevées, grâce à un programme unique avec le matériel théorique et pratique le plus complet sur le marché académique, grâce à TECH”





Objectifs spécifiques

- ◆ Sensibiliser les participants à l'importance de l'étude commerciale dans la prise de décision tactique et stratégique au sein des entreprises et des organisations en général
- ◆ Stimuler la pensée critique, l'autoréflexion sur le contenu du programme
- ◆ Comprendre et évaluer de manière critique les enquêtes en tant que technique d'étude sociale, et développer les compétences nécessaires pour concevoir, mettre en œuvre et analyser des enquêtes
- ◆ Réaliser une sélection judicieuse des informations
- ◆ Approfondir les fondements de l'étude de marché et le concept de marketing
- ◆ Connaître en détail les différents types d'études de marché

03

Structure et contenu

La structure et toutes les ressources didactiques de ce programme d'études ont été conçus par les professionnels renommés qui composent l'équipe d'experts TECH dans le domaine de l'ingénierie. Ces spécialistes ont mis à profit leur grande expérience et leurs connaissances spécialisées pour créer un contenu pratique et totalement actualisé. Le tout, basé sur la méthodologie d'enseignement la plus efficace, le *Relearning* de TECH.





“Acquérez de nouvelles compétences et de meilleures connaissances en matière d'Étude Commerciale et d'Analyse de Marchés, grâce aux matériels pédagogiques les plus innovants”

Module 1. Sources et techniques de collecte d'informations sociales et de marché

- 1.1. Concept d'étude sociale et d'étude de marché
 - 1.1.1. Définition
 - 1.1.2. Qualités
 - 1.1.3. Rôle des études sociales et de marché
- 1.2. Études sociales et de marché
 - 1.2.1. Objectifs
 - 1.2.2. Rayon d'action
 - 1.2.3. Planification
 - 1.2.4. Conception
- 1.3. Sources d'information
 - 1.3.1. Concept
 - 1.3.2. Types de sources d'information
 - 1.3.3. Sources secondaires
 - 1.3.4. Sources primaires
- 1.4. Stratégies de recherche, mesure des sources d'information et évaluation
 - 1.4.1. Types de stratégies
 - 1.4.2. Sélection des informations
 - 1.4.3. Évaluation des informations
- 1.5. Méthodes et techniques de collecte de données
 - 1.5.1. Processus méthodologiques
 - 1.5.1.1. Approche initiale
 - 1.5.1.2. Planification de la recherche
 - 1.5.1.3. Collecte des données
 - 1.5.1.4. Analyse des résultats
 - 1.5.1.5. Élaboration du rapport
 - 1.5.2. Techniques projectives
 - 1.5.3. Observation
 - 1.5.4. Pseudo-achat ou *Mystery Shopper*
- 1.6. L'impact des nouvelles techniques de collecte de données et leurs supports spécifiques
 - 1.6.1. Enquête
 - 1.6.2. Panels
 - 1.6.3. Observation
 - 1.6.4. Questionnaire et protocoles de collecte
- 1.7. Méthodes qualitatives d'obtention d'informations
 - 1.7.1. Caractéristiques de l'enquête
 - 1.7.2. Types d'enquêtes
 - 1.7.3. Conception du questionnaire
 - 1.7.4. Structure et séquence du questionnaire
- 1.8. Travail de terrain
 - 1.8.1. Planification du travail sur le terrain
 - 1.8.2. Processus séquentiel de collecte des données
 - 1.8.3. Méthodologie
 - 1.8.3.1. Quantitatives
 - 1.8.3.2. Non quantitatives
 - 1.8.4. Évaluation du travail sur le terrain
- 1.9. L'échantillonnage dans les études sociales et de marché
 - 1.9.1. Le processus d'échantillonnage dans les études
 - 1.9.2. Méthodes d'échantillonnage
 - 1.9.3. Déterminer la taille de l'échantillon
 - 1.9.4. Erreur d'échantillonnage
- 1.10. Système d'information marketing
 - 1.10.1. Concept
 - 1.10.2. Analyse des opportunités et des menaces
 - 1.10.3. Objectifs
 - 1.10.4. Stratégie du Marketing
 - 1.10.5. Actions, résultats et contrôle

Module 2. Études de marché et analyses de marché : procédures et applications

- 2.1. Principes fondamentaux de l'étude de marché
 - 2.1.1. Concept de marketing et de recherche en marketing
 - 2.1.2. Utilité de la recherche en marketing
 - 2.1.3. L'éthique de la recherche en marketing
- 2.2. Applications de la recherche en marketing
 - 2.2.1. La valeur de la recherche pour les questionnaires
 - 2.2.2. Facteurs de la décision de réaliser une étude de marché
 - 2.2.3. Principaux objectifs des études de marché
- 2.3. Types d'études de marché
 - 2.3.1. Recherches exploratoires
 - 2.3.2. Recherches descriptives
 - 2.3.3. Enquêtes sur les causes
- 2.4. Types d'informations
 - 2.4.1. Élaboration : primaire et secondaire
 - 2.4.2. Caractère qualitatif
 - 2.4.3. Caractère quantitatif
- 2.5. Organisation d'études de marché
 - 2.5.1. Le service interne d'études de marché
 - 2.5.2. L'externalisation de la recherche
 - 2.5.3. Facteurs de décision : Interne vs. Externe
- 2.6. Gestion de projets de recherche
 - 2.6.1. Les études de marché comme un processus
 - 2.6.2. Les étapes de la planification d'une étude de marché
 - 2.6.3. Les étapes de l'exécution d'une étude de marché
 - 2.6.4. Gestion d'un projet de recherche
- 2.7. Études de bureau
 - 2.7.1. Objectifs des études documentaires
 - 2.7.2. Sources d'informations secondaires
 - 2.7.3. Résultats des études documentaires
- 2.8. Travail de terrain
 - 2.8.1. Collecte d'informations primaires
 - 2.8.2. Organiser la collecte d'informations
 - 2.8.3. Contrôle des enquêteurs
- 2.9. Étude de marché en ligne
 - 2.9.1. Outils d'étude quantitative sur les marchés en ligne
 - 2.9.2. Outils d'étude qualitative sur les marchés en ligne
- 2.10. La proposition d'étude de marché
 - 2.10.1. Objectifs et méthodologie
 - 2.10.2. Délais d'exécution
 - 2.10.3. Budget



Avec la méthodologie pédagogique la plus efficace, le Relearning de TECH, vous pourrez acquérir de nouvelles connaissances de manière précise et naturelle, sans passer trop de temps à l'étude"

04

Méthodologie

Ce programme de formation offre une manière différente d'apprendre. Notre méthodologie est développée à travers un mode d'apprentissage cyclique: **le Relearning**.

Ce système d'enseignement est utilisé, par exemple, dans les écoles de médecine les plus prestigieuses du monde et a été considéré comme l'un des plus efficaces par des publications de premier plan telles que le **New England Journal of Medicine**.





“

Découvrez Relearning, un système qui renonce à l'apprentissage linéaire conventionnel pour vous emmener à travers des systèmes d'enseignement cycliques: une façon d'apprendre qui s'est avérée extrêmement efficace, en particulier dans les matières qui exigent la mémorisation”

Étude de Cas pour mettre en contexte tout le contenu

Notre programme offre une méthode révolutionnaire de développement des compétences et des connaissances. Notre objectif est de renforcer les compétences dans un contexte changeant, compétitif et hautement exigeant.

“

Avec TECH, vous pouvez expérimenter une manière d'apprendre qui ébranle les fondations des universités traditionnelles du monde entier”



Vous bénéficierez d'un système d'apprentissage basé sur la répétition, avec un enseignement naturel et progressif sur l'ensemble du cursus.



L'étudiant apprendra, par des activités collaboratives et des cas réels, à résoudre des situations complexes dans des environnements commerciaux réels.

Une méthode d'apprentissage innovante et différente

Cette formation TECH est un programme d'enseignement intensif, créé de toutes pièces, qui propose les défis et les décisions les plus exigeants dans ce domaine, tant au niveau national qu'international. Grâce à cette méthodologie, l'épanouissement personnel et professionnel est stimulé, faisant ainsi un pas décisif vers la réussite. La méthode des cas, technique qui constitue la base de ce contenu, permet de suivre la réalité économique, sociale et professionnelle la plus actuelle.

“ *Notre programme vous prépare à relever de nouveaux défis dans des environnements incertains et à réussir votre carrière* ”

La méthode des cas a été le système d'apprentissage le plus utilisé par les meilleures facultés du monde. Développée en 1912 pour que les étudiants en Droit n'apprennent pas seulement le droit sur la base d'un contenu théorique, la méthode des cas consiste à leur présenter des situations réelles complexes afin qu'ils prennent des décisions éclairées et des jugements de valeur sur la manière de les résoudre. En 1924, elle a été établie comme méthode d'enseignement standard à Harvard.

Dans une situation donnée, que doit faire un professionnel? C'est la question à laquelle nous sommes confrontés dans la méthode des cas, une méthode d'apprentissage orientée vers l'action. Tout au long du programme, les étudiants seront confrontés à de multiples cas réels. Ils devront intégrer toutes leurs connaissances, faire des recherches, argumenter et défendre leurs idées et leurs décisions.

Relearning Methodology

TECH combine efficacement la méthodologie des études de cas avec un système d'apprentissage 100% en ligne basé sur la répétition, qui associe 8 éléments didactiques différents dans chaque leçon.

Nous enrichissons l'Étude de Cas avec la meilleure méthode d'enseignement 100% en ligne: le Relearning.

En 2019, nous avons obtenu les meilleurs résultats d'apprentissage de toutes les universités en ligne du monde.

À TECH, vous apprenez avec une méthodologie de pointe conçue pour former les managers du futur. Cette méthode, à la pointe de la pédagogie mondiale, est appelée Relearning.

Notre université est la seule université autorisée à utiliser cette méthode qui a fait ses preuves. En 2019, nous avons réussi à améliorer les niveaux de satisfaction globale de nos étudiants (qualité de l'enseignement, qualité des supports, structure des cours, objectifs...) par rapport aux indicateurs de la meilleure université en ligne.





Dans notre programme, l'apprentissage n'est pas un processus linéaire, mais se déroule en spirale (apprendre, désapprendre, oublier et réapprendre). Par conséquent, chacun de ces éléments est combiné de manière concentrique. Cette méthodologie a permis de former plus de 650.000 diplômés universitaires avec un succès sans précédent dans des domaines aussi divers que la biochimie, la génétique, la chirurgie, le droit international, les compétences en gestion, les sciences du sport, la philosophie, le droit, l'ingénierie, le journalisme, l'histoire, les marchés financiers et les instruments. Tout cela dans un environnement très exigeant, avec un corps étudiant universitaire au profil socio-économique élevé et dont l'âge moyen est de 43,5 ans.

Le Relearning vous permettra d'apprendre avec moins d'efforts et plus de performance, en vous impliquant davantage dans votre formation, en développant un esprit critique, en défendant des arguments et en contrastant les opinions: une équation directe vers le succès.

À partir des dernières preuves scientifiques dans le domaine des neurosciences, non seulement nous savons comment organiser les informations, les idées, les images et les souvenirs, mais nous savons aussi que le lieu et le contexte dans lesquels nous avons appris quelque chose sont fondamentaux pour notre capacité à nous en souvenir et à le stocker dans l'hippocampe, pour le conserver dans notre mémoire à long terme.

De cette manière, et dans ce que l'on appelle Neurocognitive context-dependent e-learning, les différents éléments de notre programme sont reliés au contexte dans lequel le participant développe sa pratique professionnelle.

Ce programme offre le support matériel pédagogique, soigneusement préparé pour les professionnels:



Support d'étude

Tous les contenus didactiques sont créés par les spécialistes qui enseigneront le cours, spécifiquement pour le cours, afin que le développement didactique soit vraiment spécifique et concret.

Ces contenus sont ensuite appliqués au format audiovisuel, pour créer la méthode de travail TECH en ligne. Tout cela, avec les dernières techniques qui offrent des pièces de haute qualité dans chacun des matériaux qui sont mis à la disposition de l'étudiant.



Cours magistraux

Il existe des preuves scientifiques de l'utilité de l'observation par un tiers expert.

La méthode "Learning from an Expert" renforce les connaissances et la mémoire, et donne confiance dans les futures décisions difficiles.



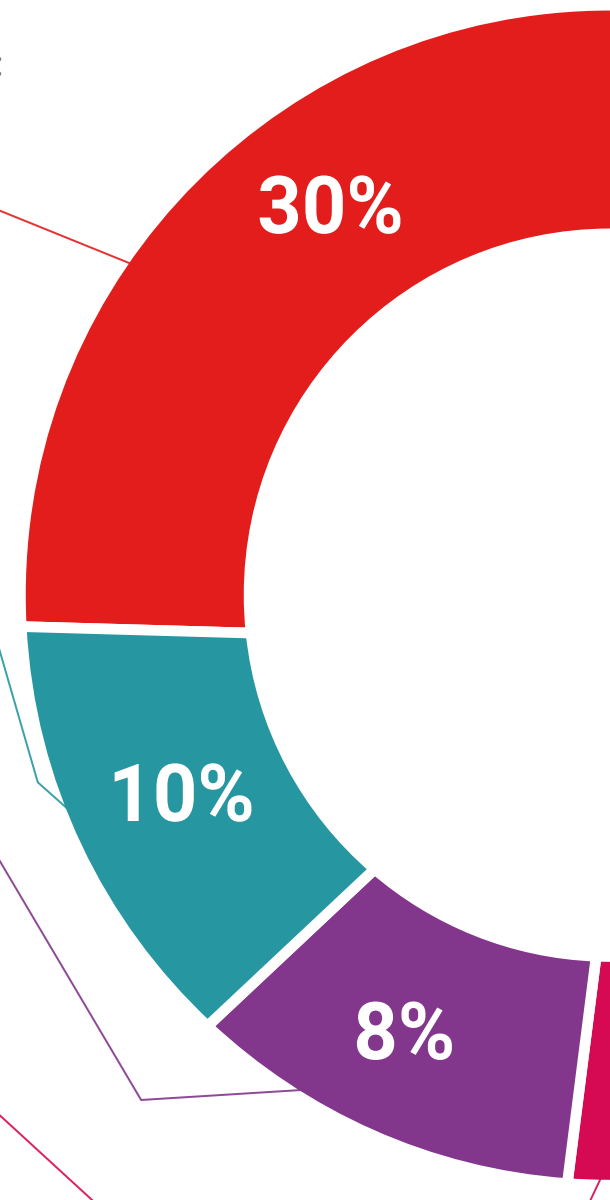
Pratiques en compétences et aptitudes

Les étudiants réaliseront des activités visant à développer des compétences et des aptitudes spécifiques dans chaque domaine. Des activités pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et aptitudes qu'un spécialiste doit développer dans le cadre de la mondialisation dans laquelle nous vivons.



Lectures complémentaires

Articles récents, documents de consensus et directives internationales, entre autres. Dans la bibliothèque virtuelle de TECH, l'étudiant aura accès à tout ce dont il a besoin pour compléter sa formation.





Case studies

Ils réaliseront une sélection des meilleures études de cas choisies spécifiquement pour ce diplôme. Des cas présentés, analysés et tutorés par les meilleurs spécialistes de la scène internationale.



Résumés interactifs

L'équipe TECH présente les contenus de manière attrayante et dynamique dans des pilules multimédia comprenant des audios, des vidéos, des images, des diagrammes et des cartes conceptuelles afin de renforcer les connaissances. Ce système éducatif unique pour la présentation de contenu multimédia a été récompensé par Microsoft en tant que "European Success Story".



Testing & Retesting

Les connaissances de l'étudiant sont périodiquement évaluées et réévaluées tout au long du programme, par le biais d'activités et d'exercices d'évaluation et d'auto-évaluation, afin que l'étudiant puisse vérifier comment il atteint ses objectifs.



05 Diplôme

Le Certificat en Étude Sociale, Commerciale et Analyse de Marché vous garantit, en plus de la formation la plus rigoureuse et la plus actuelle, l'accès à un diplôme universitaire de Certificat délivré par TECH Université Technologique.



“

Terminez ce programme avec succès et obtenez votre diplôme universitaire sans avoir à vous déplacer ou à remplir des formalités administratives”

Ce **Certificat en Étude Sociale, Commerciale et Analyse de Marché** contient le programme le plus complet et le plus à jour du marché.

Après avoir réussi l'évaluation, l'étudiant recevra par courrier postal* avec accusé de réception son correspondant diplôme de **Certificat** délivré par **TECH Université Technologique**.

Le diplôme délivré par **TECH Université Technologique** indiquera la note obtenue lors du Certificat, et répond aux exigences communément demandées par les bourses d'emploi, les concours et les commissions d'évaluation des carrières professionnelles.

Diplôme: **Certificat en Étude Sociale, Commerciale et Analyse de Marché**

N° d'Heures Officielles: **300 h.**





Certificat
Étude Sociale, Commerciale
et Analyse de Marché

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 12 semaines
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Certificat

Étude Sociale, Commerciale
et Analyse de Marché