

Analyse de données qualitatives en marketing

Niveau (M1 ou M2) : M2

Volume horaire : 20h

Crédit ECTS : 4

Nom et Fonction de l'enseignant : Jonathan DEZECOT, Maitre de conférences

Objectifs du cours : Ce cours a pour objectif d'initier les étudiants à l'analyse des données qualitatives en marketing afin de leur permettre de concevoir, conduire et analyser des études qualitatives, notamment à travers les focus groups et les méthodes projectives.

Compétences visées :

- Concevoir un dispositif d'étude qualitative (objectifs, recrutement, guide d'animation)
- Animer un entretien de group
- Analyser des données qualitatives (verbatim, productions projectives) à l'aide d'une analyse thématique
- Interpréter les résultats issus d'un focus group
- Présenter et valoriser les résultats d'une étude qualitative de manière structurée et argumentée

Plan du cours :

- Partie 1 : Le focus group
 - o Préambule théorique
 - o La préparation
 - o Le déroulement et l'animation de l'entretien
 - o L'analyse des résultats
- Partie 2 : Les méthodes projectives
 - o Préambule théorique
 - o La préparation
 - o Le déroulement et l'animation de l'entretien
 - o L'analyse des résultats

Modalités d'évaluation : Travail individuel de préparation, animation et analyse des résultats d'un focus group