# Analyses de marché

**UE 27**

**Enseignant(s) responsable de l'UE :** Olivier ESSER

| | |
|---|---|
| **Année d'études** | Bloc 2 |
| **Acronyme** | MKU23ANAM |
| **Nombre de crédits ECTS** | 9 (facteur de pondération) |
| **Volume horaire** | 105 h (Q1 45 / Q2 60) |
| **Période de l'année** | Quadrimestre 1 & 2 |
| **Niveau du cycle** | 1er cycle |
| **Cadre européen de certification** | Niveau 6 |
| **Caractère dans le programme** | Cours obligatoire dans le programme |
| **Langue(s) d'enseignement** | Français |
| **Coordonnées du service** | Campus d'Anderlecht, Avenue Émile Gryzon 1 (bât. 4C), 1070 Anderlecht |
| **Mode d'évaluation** | Unité évaluée en épreuves spécifiques par activité d'apprentissage |
| **UE prérequises** | Néant |
| **UE corequises** | Néant |

## Liste des activités d'apprentissage

| Activité d'apprentissage | Volume horaire | ECTS | Présence obligatoire |
|---|---|---|---|
| **MK23ENMAR** Etudes de marché | 30 | 3 | NON |
| **MK23STAT** Statistiques appliquées | 75 | 6 | NON |

## Contribution de l'UE au profil d'enseignement du programme

- **HE01** HE. 1. Au terme de sa formation, le bachelier en marketing résout des problèmes complexes en autonomie ou en équipe, dans le respect des prescriptions légales et des préoccupations éthiques, environnementales et sociétales de l'entreprise.
- **HE02** HE. 2. Au terme de sa formation, le bachelier en marketing exerce une fonction de vielle et réalise des études de marché afin d'élaborer un plan marketing.
- **RE03.2** ARES. 3.2 Conduire et gérer des études de marché
- **RE04.2** ARES. 4.2 Dépouiller, trier, synthétiser et interpréter les résultats d'études de marché
- **RE05.1** ARES. 5.1 Coordonner les études de marché

## Autres connaissances ou compétences prérequises

### Statistiques appliquées

Notions de statistique descriptive uni et bi variée, traitements informatisés élémentaires des séries statistiques

## Descriptif des objectifs et des contenus de l'UE

### Etudes de marché

**Objectifs**
L'objectif général du cours d'études de marché est de pouvoir mener à bien une étude de marché. Les étudiants réaliseront un travail. Celui-ci sera constitué d'une étude de marché réalisée par groupe de 3 ou 4 étudiants. Celle-ci se basera sur les méthodes et techniques vues au cours et décrites ci-dessous.
**Contenu**

Les étudiants développeront un produit et service et le présenteront, notamment à l'aide du "Business Canvas Model". Une étude de marché concernant ce produit sera réalisée et présentée sous forme d'un dossier. Diverses présentations orales auront lieu en cours d'année. -Rédaction d'un questionnaire. -Étude de marché quantitative et qualitative. -Encodage du questionnaire à l'aide d'un logiciel informatique (Google Form). -Dépouillement et analyse de celui-ci, en ce compris les calculs des marges d'erreur. -Théorie de l'échantillonnage -Techniques et méthodes pour réaliser une étude de marché qualitative. -Étude par observation et par expérimentation. -D'autres points en lien avec le sujet proposé pourront éventuellement être abordés.

### Statistiques appliquées

**Objectifs**

- Comprendre les démarches et analyses statistiques. - Réaliser une étude statistique approfondie intégrant la gestion de la marge d'erreur. - Utiliser l'outil statistique comme outil d'aide à la décision dans le cadre d'une étude de marché.

**Contenu**

- Éléments d'analyse combinatoire et de probabilité. - Principales lois statistiques : binomiale, normale, Student, etc. - Statistique inférentielle : principaux tests statistiques et intervalles de confiances : à propos d'une moyenne, d'une proportion, test Khi-2, etc.

## Activités et méthodes d'apprentissage et d'enseignement

### Etudes de marché

- Cours ex cathedra pour les parties plus théoriques. - Présentation faite par les groupes d'étudiants de certains chapitres du livre de référence ainsi que leur projet. - En fonction des circonstances, organisation de discussions de groupes.

### Statistiques appliquées

Cours et exercices d'application sur papier et sur Excel.

## Acquis d'apprentissage sanctionnés, spécifiques et contribuant à l'UE

### Etudes de marché

Réalisation d'une étude de marché. Rédaction d'un questionnaire en vue d'effectuer une étude de marché. Pouvoir encoder et dépouiller un questionnaire à l'aide de l'outil informatique. Analyser statistiquement les résultats du questionnaire. Mettre au point un projet innovant et rédiger un "Business canvas model".

### Statistiques appliquées

Pouvoir effectuer une étude de marché. Pouvoir analyser et présenter les résultats avec rigueur et méthode.

## Description des supports de cours indispensables

| Description | Accès à la source | URL |
|---|---|---|
| **Etudes de marché :** Marc Vandercammen. Études de marchés, méthodes & outils. debouck supérieur 5e ed. (2018) | — | — |
| **Etudes de marché :** Fichiers mis à disposition sur le campus numérique. | sur le campus numérique | — |
| **Statistiques appliquées :**<br><br>Fichiers et notes de cours | — | — |

## Description des références et des supports complémentaires

| Description | Accès à la source | URL |
|---|---|---|
| **Statistiques appliquées :** | — | — |
| **Statistiques appliquées :**<br><br>Christophe Chesneau et Maher Kachour, «Intervalles de confiance et tests statistiques: moyennes, variances et proportions», édition ellipses<br><br>Larsen R. J. et Marx M. L. « An Introduction to Mathematical Statistics and Its Applications. » Third Edition (2001). | — | — |
| **Statistiques appliquées :** Support de cours (tome 1) | sur le campus numérique | — |
| **Etudes de marché :** | — | — |

## Mode d'évaluation et de pondération par activité au sein de l'UE

**Cette unité d'enseignement est évaluée en épreuves spécifiques par activité d'apprentissage.**

**Méthode d'intégration :**

- Si aucune des notes des différentes AA qui composent l'UE ne se situe en deçà de 8/20, c'est la technique de la moyenne arithmétique pondérée qui est appliquée.
- Si la note d'une ou plusieurs AA composant une UE se situe en deçà de 8/20, la note finale de l'UE correspondra à la plus mauvaise des notes reçues.

| **Janvier** | | | |
|---|---|---|---|
| **Etudes de marché — méthode d'intégration : 34 %** | | | |
| Travaux durant la session | 15 % | Type de questions : — | Examen à livre : — |
| **Statistiques appliquées — méthode d'intégration : 66 %** | | | |
| Examen écrit | 34 % | Type de questions : Questions ouvertes | Examen à livre : Livre ouvert |
| Examen écrit (éventuellement à l'aide d'Excel). | | | |
| **Juin** | | | |
| **Etudes de marché — méthode d'intégration : 34 %** | | | |
| Évaluation continue | 20 % | Type de questions : Questions ouvertes | Examen à livre : Livre fermé |
| Travaux durant la session | 40 % | Type de questions : Questions ouvertes | Examen à livre : Livre fermé |
| Examen écrit | 25 % | Type de questions : Questions ouvertes | Examen à livre : Livre fermé |
| **Statistiques appliquées — méthode d'intégration : 66 %** | | | |
| Examen écrit | 66 % | Type de questions : Questions ouvertes | Examen à livre : Livre ouvert |
| Examen écrit (éventuellement à l'aide d'Excel). | | | |

| Août | | | |
|---|---|---|---|
| **Etudes de marché — méthode d'intégration : 34 %** | | | |
| Travaux durant la session | 50 % | Type de questions : Questions ouvertes | Examen à livre : Livre fermé |
| Examen oral | 50 % | Type de questions : Questions ouvertes | Examen à livre : Livre fermé |
| **Statistiques appliquées — méthode d'intégration : 66 %** | | | |
| Examen écrit | 100 % | Type de questions : Questions ouvertes | Examen à livre : Livre ouvert |
| Examen écrit (éventuellement à l'aide d'Excel). | | | |