Analyses de marché

UE 27

Enseignant(s) responsable de l'UE : Olivier ESSER
Autres enseignant·e·s de l'UE : Gaëtan SERVAIS

Année d'études	Bloc 2
Acronyme	MKU23ANAM
Nombre de crédits ECTS	9 (facteur de pondération)
Volume horaire	91 h (Q1 39 / Q2 52)
Période de l'année	Quadrimestre 1 & Quadrimestre 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 de Bruxelles, Avenue Émile Gryson 1 (bât. 4C), 1070 Bruxelles
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	26	3	NON
MK23STAT Statistiques appliquées	65	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, tests non paramétriques

Nous verrons également diverses méthodes permettant de présenter et d'analyser des données statistiques en utilisant principalement le logiciel Excel.

- Utilisation des tableaux croisés dynamiques d'Excel en relation avec la statistique inférentielle.

- Régression : méthode inférentielle pour les régressions linéaire, exponentielle, logarithmique ainsi que la régression linéaire à plusieurs variables.

- Séries chronologiques.

- D'autres points concernant l'analyse statistique à l'aide de l'outil informatique pourront éventuellement être abordés.

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) (45 €)	—	—
Etudes de marché : Fichiers mis à disposition sur le campus numérique.	sur le campus numérique	—
Statistiques appliquées : Fichiers et notes de cours	—	—

Description des références et des supports complémentaires

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

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).			