Analyses de marché

UE 27

Enseignant(s) responsable de l'UE : Julien RONDEAUX, Olivier ESSER

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.
- **HE03** HE. 3. Au terme de sa formation, le bachelier en marketing fait des recommandations stratégiques fondées sur l'analyse du comportement des consommateurs et acheteurs, ainsi que sur le diagnostic de la situation de l'entreprise et de son environnement.
- **RE01.2** ARES. 1.2 Collaborer à la résolution de problèmes complexes avec méthode, rigueur, proactivité et créativité
- **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

Etudes de marché

Aucune connaissance ou compétence prérequises.

Statistiques appliquées

Notions de statistiques descriptives vues au cours de première année.

Descriptif des objectifs et des contenus de l'UE

Etudes de marché

Objectifs

Expliquer ce qu'est une étude de marchés, dans quels contextes elle s'applique, comment choisir l'étude de marché la plus adéquate en fonction du problème rencontré, comment analyser les résultats collectés et quelles solutions proposer au problème en fonction de l'analyse

Contenu

1. Le briefing
2. Les données
3. Approche qualitative
4. Approche quantitative
5. Cible et échantillon
6. Le questionnaire
7. Notions statistiques
8. Analyse des données
9. Représenter
10. Interpréter
11. Storytelling

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 et discussions sur les études de marché, y compris exercices relatifs aux statistiques et réflexion autour du travail d'évaluation continue qui consiste en une étude de marchés autour d'une thématique liée à leur cursus, soit la conception d'un questionnaire, la collecte et l'analyse des résultats ainsi que la proposition de solutions au problème intrinsèque à la thématique.

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

1. Etre capable de représenter et d'analyser les données qualitatives ou quantitatives, quelle que soit le type de classement adopté ainsi que de communiquer les résultats obtenus
2. Assimiler et appliquer les différentes étapes par lesquelles il faut passer pour mener à bien une étude de marché
3. Inventorier et structurer les informations nécessaires à récolter dans le cadre de la mise en place d'un sondage sur un thème prédéfini par le maître-assistant
4. Rédiger le questionnaire adéquat dans un cas concret de problème, récolter les données et les analyser pour proposer les solutions les plus appropriées

Statistiques appliquées

Pouvoir mener à bien une analyse statistique approfondie de problèmes complexes dans le domaine du marketing.

Description des supports de cours indispensables

Description	Accès à la source	URL
Toute l'UE : Fichiers et notes de cours mis à disposition sur le campus numérique.	Ce support de cours est disponible sur le campus numérique	—

Description des références et des supports complémentaires

Description	Accès à la source	URL
Statistiques appliquées : Le site web: Real Statistics Using Excel, par Charles Zaiontz.	—	Lien
Statistiques appliquées : Larsen R. J. et Marx M. L. « An Introduction to Mathematical Statistics and Its Applications. » Third Edition (2001).	—	—
Statistiques appliquées : Christophe Chesneau et Maher Kachour, «Intervalles de confiance et tests statistiques: moyennes, variances et proportions», édition ellipses	—	—

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 %			
Examen écrit	70 %	Type de questions : Questionnaire mixte (combinaison de plusieurs types de questions différentes)	Examen à livre : Livre fermé
Remise de travaux Hors Session	30 %	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 à l'aide du PC. Cours ouvert (papier uniquement)			
Juin			
Etudes de marché — méthode d'intégration : 34 %			
Examen écrit	0 %	Type de questions : —	Examen à livre : —
Statistiques appliquées — méthode d'intégration : 66 %			
Examen écrit	66 %	Type de questions : Questions ouvertes	Examen à livre : Livre ouvert
Examen à l'aide du PC. Cours ouvert (papier uniquement)			
Août			
Etudes de marché — méthode d'intégration : 34 %			
Examen écrit	100 %	Type de questions : Questionnaire mixte (combinaison de plusieurs types de questions différentes)	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 à l'aide du PC. Cours ouvert (papier uniquement). Il n'y a pas de report partiel, la matière couvrira obligatoirement la matière de janvier et juin			