Etudes de marché

UE 16

Enseignant(s) responsable de l'UE : Caroline DEBAILLE

Année d'études	Bloc 1
Acronyme	RPU12STED
Nombre de crédits ECTS	2 (facteur de pondération)
Volume horaire	30 h (Q1 0 / Q2 30)
Période de l'année	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 d'Anderlecht, Avenue Émile Gryzon 1 (bât. 4C), 1070 Anderlecht
Mode d'évaluation	Unité évaluée en épreuve intégrée
UE prérequises	Néant
UE corequises	Néant

Liste des activités d'apprentissage

Activité d'apprentissage	Volume horaire	ECTS	Présence obligatoire
RP12STED Etudes de marché	30	2	NON

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

- **RE04.6** ARES. 4.6 Interpréter et exploiter les résultats d'enquêtes et de sondages.

Autres connaissances ou compétences prérequises

Etudes de marché

/

Descriptif des objectifs et des contenus de l'UE

Etudes de marché

Objectifs

- Comprendre les démarches et analyses statistiques descriptives
- Réaliser une étude statistique simple à une variable
- Comprendre la technique de mise en place d'une enquête et d'études de marchés

Contenu

– Organisation des données
- Mesures descriptives
- Méthodes descriptives en corrélation et régression
- Etudes de marchés : généralités

- Les divers types d'études de marché
- Echantillon et population
- Recueil des données
- Le questionnaire
- Analyse des données d'enquête

Activités et méthodes d'apprentissage et d'enseignement

Etudes de marché

Ex cathedra et nombreux exercices d’application

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

Etudes de marché

- Assimiler, comprendre et utiliser à bon escient le langage statistique
- Calculer correctement des paramètres statistiques de base
- Interpréter, communiquer et comprendre correctement l’information comprise dans les résultats de ces paramètres statistiques
- Rédiger et structurer les conclusions d’une étude statistique et les illustrer sous forme de tableaux et graphiques adéquats
- Assimiler les différentes étapes par lesquelles il faut passer pour mener à bien une étude de marché
- 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
- Rédiger correctement un questionnaire destiné à une enquête
- Assimiler les avantages et inconvénients des différentes méthodes d’échantillonnages

Description des supports de cours indispensables

Description	Accès à la source	URL
Etudes de marché : Syllabi de théorie et d'exercices	sur le campus numérique	—

Description des références et des supports complémentaires

Description	Accès à la source	URL
Etudes de marché : Borsenberger C., Statistiques pour l'économie et la gestion, De Boeck Supérieur, 2021	—	—
Etudes de marché : Triola M.F., Elementary Statistics, Pearson, 2018 (13th ed.)	—	—
Etudes de marché : Vandercammen M., Gauthy-Sinéchal M., Etudes de Marchés Méthodes et outils (5ème édition), de Boeck	—	—
Etudes de marché : Weiss N.A., Introductory Statistics (9th ed.), Addison Wesley	—	—

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

Cette unité d'enseignement est évaluée en épreuve intégrée.

Juin			
Ensemble de l'UE			
Évaluation continue	30 %	Type de questions : Questionnaire mixte (combinaison de plusieurs types de questions différentes)	Examen à livre : Livre fermé
Examen écrit	70 %	Type de questions : Questionnaire mixte (combinaison de plusieurs types de questions différentes)	Examen à livre : Livre fermé
L'évaluation continue est constituée par 3 interrogations, chacune sur un chapitre différent des statistiques vues en classe			
Août			
Ensemble de l'UE			
Examen écrit	100 %	Type de questions : Questionnaire mixte (combinaison de plusieurs types de questions différentes)	Examen à livre : Livre fermé