Etude des marchés et statistiques

ECB1004-NMKN_

Domaine : **Sciences économiques et de gestion** Grade académique : **Bachelier en marketing - Namur**
Niveau de certification : **6** Cycle : **Premier Cycle** Année académique : **2026-2027** (Q2)

CRÉDITS ECTS	VOLUME HORAIRE
6	**72 h**
PRÉREQUIS	**CO-REQUIS**
Aucun	*Aucun*

IMPLANTATION	DIRECTEUR DE DÉPARTEMENT DU DOMAINE	RESPONSABLE DE L'UE	ENSEIGNANTS INTERVENANTS
Département économique de Namur	Sylvie Delwiche	Alexandra DESSY	Alexandra DESSY Eveline MINNEBO Michaël NIHOUL

PROGRAMME D'ÉTUDES

Programme	Bloc	Caractère
IE-Marketing	1	Obligatoire

Partie 1 Contribution de l'UE au profil d'enseignement du programme et acquis d'apprentissage spécifiques (AAS) sanctionnés par l'évaluation

CONTEXTUALISATION

Mobiliser les savoirs et les savoir-faire propres au marketing

• Exploiter les sources d'informations pertinentes et mener des recherches prospectives

• Conduire et gérer des études de marché

Analyser les données utiles à la réalisation de sa mission en adoptant une démarche systémique

• Comprendre, interpréter et anticiper le comportement du client

• Dépouiller, trier, synthétiser et interpréter les résultats d'études de marché

S'organiser : structurer, planifier, coordonner, gérer de manière rigoureuse les actions et les tâches liées à sa mission

• Coordonner les études de marché

ACQUIS D'APPRENTISSAGE SPÉCIFIQUES (AAS)

AMKN1004A Etude des marchés 1

• Compétence 1 « L'étudiant réalise une recherche documentaire dans le cadre d'une EDM »

• Compétence 2 « L'étudiant réalise un guide d'entretien en vue d'une étude qualitative »

• Compétence 3 « L'étudiant mène des entretiens lors d'une étude qualitative »

• Compétence 4 « L'étudiant analyse les interviews d'une étude qualitative »

• Compétence 5 « L'étudiant définit les quotas applicables à une étude quantitative »

• Compétence 6 « L'étudiant formule les objectifs et conçoit le questionnaire d'une étude quantitative »

• Compétence 7 « L'étudiant analyse les données d'une étude quantitative »

• Compétence 8 « L'étudiant utilise à bon escient le tableur Excel dans le cadre d'une EDM »

AMKN1004B Statistiques en marketing 1

• Compétence 1 « L'étudiant utilise et calcule à bon escient des outils mathématiques permettant de synthétiser les résultats d'une base de données »

• Calculer les paramètres (moyenne, mode, médiane, variance, écart-type, coefficient de variation) liés à un cas univarié sur une population ou sur un échantillon.

• Calculer les paramètres (indice de Cramer, indice de corrélation, covariance, droite des moindres carrés) liés à un cas bivarié sur une population ou sur un échantillon.

• Compétence 2 « L'étudiant interprète les divers outils mathématiques permettant de synthétiser les résultats d'une base de données et communique les résultats »

• Interpréter les paramètres (moyenne, mode, médiane, variance, écart-type, coefficient de variation) liés à un cas univarié sur une population ou sur un échantillon.

• Interpréter les paramètres (indice de Cramer, indice de corrélation, covariance, droite des moindres carrés) liés à un cas bivarié sur une population ou sur un échantillon.

• Interpréter des graphiques.

• Compétence 3 « L'étudiant utilise à bon escient le tableur Excel dans le cadre d'une analyse statistique descriptive »

OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

Document annexe à la fiche UE accessible via un lien explicitant en quoi le programme d'études s'inscrit dans une politique de développement durable. Une ou plusieurs UE spécifique(s) pourraient être ciblée(s) dans cette annexe.

Partie 2 Description de l'unité d'enseignement

OBJECTIFS

Cette unité d'enseignement apprend à produire une information fiable sur un marché, depuis la question posée jusqu'aux résultats interprétés.

CONTENU

AMKN1004A Etude des marchés 1

• Desk Research

• Etude Qualitative

• Etude Quantitative

• Tableur Excel

AMKN1004B Statistiques en marketing 1

PARTIE 1 : Statistiques Descriptives

Chapitre 1 : Introduction

• Population et échantillon

• Un peu de vocabulaire

• Méthodes d'échantillonnage

• Types de données

Chapitre 2 : Statistique descriptive univariée sur une population

• Les données brutes

• Tableau de distribution (tri à plat)

• Représentations graphiques

• Paramètres de position

• Paramètres de dispersion

• En résumé

Chapitre 3 : Statistique descriptive bivariée pour une population

• Introduction

• Deux variables qualitatives

• Une variable qualitative et une variable quantitative (discrète ou continue)

• Deux variables quantitatives

Chapitre 4 : L'estimation des paramètres

• Les estimateurs

• L'estimation ponctuelle

• L'estimation par intervalle de confiance

Chapitre 5 : Communiquer les résultats

Tableur Excel

SOURCES ET RÉFÉRENCES

AMKN1004A Etude des marchés 1

Etudes des marchés E. Vernette.

AMKN1004B Statistiques en marketing 1

• Mathématique de base, Série Schaum.

• Collection Espace math.

• La statistique sans formule mathématique, Pearson Education, Paris 2010.

• Statistique pour économistes et gestionnaires, Pearson Education, 2e édition 2013.

• Méthodes quantitatives en sciences humaines, de l'échantillon vers la population, 4ème édition. Gilles Grenon et Suzanne Viau. ISBN 978-2-7650-3394-3.

SUPPORTS DE COURS

Activité d'apprentissage	Support
AMKN1004A — Etude des marchés 1	Titulaire(s) : MINNEBO Eveline, NIHOUL Michaël, DESSY Alexandra Syllabus.
AMKN1004B — Statistiques en marketing 1	Titulaire(s) : DESSY Alexandra, NIHOUL Michaël Syllabus reprenant théorie, illustrations, exercices et exercices en ligne. Boîte à outils mathématique. Le tout disponible sur Moodle.

Partie 3 Méthodologie mise en œuvre et éventuel découpage de l'UE

DESCRIPTION DES ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE (AA) AU REGARD DE LEUR STATUT

Activité d'apprentissage	Heures	Langue d'enseignement	Langue d'évaluation
AMKN1004A — Etude des marchés 1	48 h	Français	Français
AMKN1004B — Statistiques en marketing 1	24 h	Français	Français

MÉTHODES D'ENSEIGNEMENT ET D'APPRENTISSAGE

Activité d'apprentissage	Méthodes d'enseignement et d'apprentissage
AMKN1004A — Etude des marchés 1	Titulaire(s) : MINNEBO Eveline, NIHOUL Michaël, DESSY Alexandra Cours magistraux, exercices en petits groupes et en ligne, travail en autonomie par groupe, labos Excel.
AMKN1004B — Statistiques en marketing 1	Titulaire(s) : DESSY Alexandra, NIHOUL Michaël • Cours magistraux : Exposés. • Exercices pratiques : Travaux pratiques, Travaux dirigés, Apprentissage par problèmes. • Travail personnel : Préparations. • Accompagnement à la réussite : Tests formatifs, Simulation d'évaluation certificative, Exercices progressifs. • Labos Excel

DÉTERMINATION DE LA COHÉRENCE PÉDAGOGIQUE EN CAS DE REGROUPEMENT D'AA FAISANT L'OBJET D'UNE ÉVALUATION DISTINCTE

Étude des marchés construit la démarche, de la question à la collecte ; les statistiques donnent les moyens de résumer et d'interpréter ce qui a été collecté. Une étude ne vaut que si les deux tiennent, même si chacune est évaluée séparément.

Partie 4 Évaluation de l'unité d'enseignement

STRUCTURE DU DISPOSITIF GÉNÉRAL D'ÉVALUATION (EN LIEN AVEC LE PROGRAMME D'ÉTUDES)

Évaluation intégrée : non.
Etude des marchés 1 est évaluée par trois dossiers à rendre (60 %) et un examen écrit (40 %), selon les mêmes proportions en juin et en deuxième session. Examen écrit réalisé avec support Excel.

Statistiques en marketing 1 est évaluée par un examen écrit comptant pour 100 % de l'activité, dans les deux sessions. Examen écrit réalisé avec support Excel.

MÉTHODOLOGIE DE CONSTRUCTION DE LA NOTE FINALE DE L'UE

• Etude des marchés 1 : 66,7

• Statistiques en marketing 1 : 33,3

LA PONDÉRATION DE L'ÉVALUATION DE L'UE À DES FINS DE DÉLIBÉRATION LORS DU CALCUL DE LA MOYENNE

Au sein du programme d'études, lors du calcul de la moyenne, la pondération de l'évaluation de l'unité d'enseignement est effectuée sur base des crédits affectés à cette unité d'enseignement et évalués

MODALITÉS D'ÉVALUATION PAR ACTIVITÉ D'APPRENTISSAGE

Activité d'apprentissage	Modalités d'évaluation

AMKN1004A — Etude des marchés 1	• **Septembre-Janvier :** sans objet • **Février-Juin :** Travaux — 3 Dossiers à rendre pondération : 60 % ; Examens — Examen écrit pondération : 40 % • **Deuxième session :** Travaux — 3 Dossiers à rendre pondération : 60 % ; Examens — Examen écrit pondération : 40 % *Maîtriser les concepts théoriques et les appliquer correctement. Evaluation via un examen écrit avec support Excel. Mise en œuvre des concepts théoriques dans une étude de cas. Evaluation à l'aide d'un travail de groupe. En seconde session, tous les dossiers doivent à nouveau être remis et il n'y a pas de fusion de groupe.* *Modalités concrètes : Les précisions sur les épreuves seront disponibles sur Moodle au plus tard six semaines avant l'évaluation.*
AMKN1004B — Statistiques en marketing 1	• **Septembre-Janvier :** sans objet • **Février-Juin :** Examens — Examen écrit pondération : 100 % • **Deuxième session :** Examens — Examen écrit pondération : 100 % *Maîtriser les concepts théoriques et les appliquer correctement. Evaluation via un examen écrit avec support Excel.* *Modalités concrètes : Les précisions sur les épreuves seront disponibles sur Moodle au plus tard six semaines avant l'évaluation.*

MODALITÉS CONCRÈTES D'ÉVALUATION

Une mention sur la fiche informera les étudiants du fait que les précisions sur les épreuves seront disponibles sur Moodle au plus tard 6 semaines avant l'évaluation.