

**MINISTERE DE LA COMMUNAUTE FRANCAISE**  
**ADMINISTRATION GENERALE DE L'ENSEIGNEMENT ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE**  
**ENSEIGNEMENT DE PROMOTION SOCIALE DE REGIME 1**

**DOSSIER PEDAGOGIQUE**

**UNITE DE FORMATION**

**ETUDES DE MARCHES A L'INTERNATIONAL**

**ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ECONOMIQUE DE TYPE COURT**

**CODE : 714802U32D1**

**CODE DU DOMAINE DE FORMATION : 704**

**DOCUMENT DE REFERENCE INTER-RESEAUX**

**Approbation du Gouvernement de la Communauté française du 13 juillet 2009,  
sur avis conforme de la Commission de concertation**

# **ETUDES DE MARCHES A L'INTERNATIONAL**

## **ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ECONOMIQUE DE TYPE COURT**

### **1. FINALITES DE L'UNITE DE FORMATION**

#### **1.1. Finalités générales**

Conformément à l'article 7 du décret de la Communauté française du 16 avril 1991 organisant l'enseignement de promotion sociale, cette unité de formation doit :

- ◆ concourir à l'épanouissement individuel en promouvant une meilleure insertion professionnelle, sociale et culturelle;
- ◆ répondre aux besoins et demandes en formation émanant des entreprises, des administrations, de l'enseignement et d'une manière générale des milieux socio-économiques et culturels.

#### **1.2. Finalités particulières**

L'unité de formation vise à permettre à l'étudiant :

- ◆ au sein d'une cellule d'analyse, de concevoir, réaliser et interpréter de manière rationnelle et critique des études de marchés à l'international, sous la forme d'enquêtes tant qualitatives que quantitatives ;
- ◆ d'appliquer aux données ainsi collectées des notions de statistiques inférentielles ;
- ◆ de servir d'interface entre la cellule d'analyse et les décideurs ;

### **2. CAPACITES PREALABLES REQUISES**

#### **2.1. Capacités**

##### **En Statistique inférentielle,**

*face à une situation - problème relevant de la statistique stochastique , les consignes de réalisation lui étant précisées :*

- ◆ appliquer au problème posé les techniques, les démarches appropriées pour en assurer le traitement ;
- ◆ effectuer les calculs nécessaires ;
- ◆ présenter les résultats en explicitant et en justifiant la méthode utilisée.

##### **En Techniques de recherche de l'information,**

à partir d'une situation donnée amenée par l'étudiant et validée par le chargé de cours et dans le respect des consignes données,

- ◆ identifier de façon autonome un objectif de recherche ;
- ◆ effectuer une recherche ;
- ◆ trier et de sélectionner les informations pertinentes ;
- ◆ en donner une synthèse pragmatique, propre à la prévention ou à la résolution de la problématique ;
- ◆ présenter un fonds documentaire de base ;
- ◆ décrire les outils nécessaires au développement et à l'actualisation des connaissances nécessaires à l'exercice de sa profession.

## 2.2. Titres pouvant en tenir lieu

Attestations de réussite des unités de formation « **Statistique inférentielle** » N° **013204U32D1**, « **Techniques de recherche de l'information** » N° **715000U32D1** classées dans l'enseignement supérieur économique de type court.

## 3. HORAIRE MINIMUM DE L'UNITE DE FORMATION

<b>3.1. Dénomination des cours</b>	<b><u>Classement</u></b>	<b><u>Code U</u></b>	<b><u>Nombre de périodes</u></b>
Etudes de marchés	CT	B	48
<b>3.2. Part d'autonomie</b>		P	12
Total des périodes			60

## 4. PROGRAMME

**L'étudiant sera capable,**

*face à des situation concrètes d'analyse de potentialités de marchés à l'international,*

- ◆ de réaliser une recherche documentaire préalable à une étude de marchés ;
- ◆ de déterminer les étapes de la méthodologie de réalisation d'une étude de marchés ;
- ◆ de déterminer des techniques de recueil d'informations tant dans le cadre d'études qualitatives (animation de groupe, entretien semi-directif ou non-directif, techniques projectives, applications informatiques), que quantitatives (interview directe, interview téléphonique, courrier postal et électronique) ;
- ◆ d'élaborer et de rédiger des guides d'entretien et des questionnaires ;
- ◆ de définir des méthodes d'échantillonnage et la représentativité statistique afin d'en dégager un échantillon approprié pour la situation d'analyse ;
- ◆ de collecter l'information ainsi formatée ;
- ◆ d'interpréter les résultats, d'identifier le rôle des différentes variables susceptibles d'affecter la validité des résultats, d'expliquer comment les contrôler ;
- ◆ d'en dégager des prévisions notamment par le biais des séries chronologiques ;

- ◆ de rédiger un rapport présentant la démarche, ainsi que les résultats et conclusions pertinents.

## 5. CAPACITES TERMINALES

**Pour atteindre le seuil de réussite, l'étudiant sera capable,**

*face à une situation - problème relevant d'une étude de marchés, au travers d'un rapport écrit ou oral :*

- ◆ de réaliser un plan de recherche ;
- ◆ de formuler des hypothèses de travail ;
- ◆ d'élaborer le questionnaire permettant de confirmer ou d'infirmer ces hypothèses ;
- ◆ d'appliquer aux données récoltées les techniques de traitement ;
- ◆ de décrire les résultats de son étude ;
- ◆ de les analyser en utilisant les méthodes appropriées.

**Pour la détermination du degré de maîtrise, il sera tenu compte des critères suivants :**

- ◆ la finesse de l'analyse ;
- ◆ la qualité de l'argumentation,
- ◆ le degré de précision et la clarté dans l'emploi des termes techniques ;
- ◆ la pertinence des choix des méthodes utilisées,
- ◆ la capacité de proposer des recommandations liées aux résultats de l'analyse.

## 6. CHARGE(S) DE COURS

Un enseignant ou un expert. L'expert devra justifier de compétences issues d'une expérience professionnelle actualisée dans le domaine en relation avec le programme du présent dossier pédagogique.

## 7. CONSTITUTION DES GROUPES OU REGROUPEMENT

Aucune recommandation particulière.