COMMUNAUTE FRANCAISE

MINISTERE DE L'EDUCATION, DE LA
RECHERCHE ET DE LA FORMATION.

1040 BRUXELLES, LE
RUE DE LA SCIENCE, 43
02/238.86.11

18 MARS 1993

DIRECTION GENERALE DE L'ORGANISATION
DES ETUDES, DE L'ENSEIGNEMENT DE
PROMOTION SOCIALE ET DES BATIMENTS
SCOLAIRES.

ENSEIGNEMENT DE PROMOTION SOCIALE

MONSIEUR VLAEMINCK, G.
ADMINISTRATEUR DELEGUE
CPEONS

RUE DES HALLES, 13
1000 BRUXELLES

Ref.: JS./ 5277066 / Dossier 216

OBJET : DOSSIERS PEDAGOGIQUES REGIME 1
Unité de formation : MAITRISE D'UN LOGICIEL D'ETUDES DE MARCHE
Classement : ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ECONOMIQUE DE PROMOTION SOCIALE DE TYPE COURT
Code Référence : ~~756301U32~~C1 7148037 U32C1

Etablissement : INSTITUT COMMUNAL D'ENSEIGNEMENT TECHNIQUE
RUE DE L'AUFLETTE,85
7033 CUESMES

Monsieur l'Administrateur Délégué,

J'ai l'honneur de vous faire parvenir en retour, avec accord provisoire, le dossier pédagogique relatif à l'unité de formation mentionnée sous rubrique.

Veuillez agréer, Monsieur l'Administrateur Délégué, l'assurance de ma considération distinguée.

Le Directeur d'Administration

F. De Laet.

ENSEIGNEMENT DE PROMOTION SOCIALE DE REGIME 1 ANNEXE 1

DOCUMENT 8bis - DOSSIER PEDAGOGIQUE - UNITE DE FORMATION

1. La présente proposition émane du réseau (1)

O Communauté française O Libre - confessionnel
XX Provincial et communal O - non confessionnel

et se rapporte à l'établissement suivant :

dénomination : ..I.C.E.T...CUESMES . PROMOTION SOCIALE.....
adresse complète : .85 rue de L'Auflette.....
.7033 . . CUESMES.....
n° matricule : ..132.52.77.066.....
n° de téléphone : .065/311820.....

2. Intitulé de l'unité de formation : 71480343201
Domaine 704
Maîtrise d'un logiciel d'études de marchés.....
.....
.....

3. Finalités de l'U.F. : repris en annexe n°..1..(2) de .1..pages(2)

4. Prérequis de l'U.F. : repris en annexe n°..2..(2) de .2..pages(2)

5. Classement de l'U.F. :

O (1) ~~enseignement secondaire supérieur de qualification (1)~~
degré - inférieur (1)
- supérieur (1)

O (1) enseignement supérieur de type court :
catégorie : .Enseignement supérieur économique.....(2)

O (1) ~~enseignement supérieur de type~~:
catégorie : .....(2)

6. Recommandations particulières de dédoublement ou de regroupement:
repris en annexe n°.5..(2) de .1..pages (2)

7. Titre délivré à l'issue de l'U.F. : (2)

.....Attestation de réussite.....
.....

8. Programme du (des) cours :
repris en annexe .3.(2) de .2.pages(2)

9. Evaluation des capacités terminales :
repris en annexe ..4.(2) de ..8.pages(2)

10. Profil du (des) chargé(s) de cours :
repris en annexe ..6.(2) de .1.pages(2)

---

(1) Biffer les mentions inutiles
(2) A compléter

11. Horaire de l'U.F. :

A. Horaire minimum

| 1. Dénomination des cours | Classement des cours (3) | Nombre total de périodes (4) |
|---|---|---|
| Etude d'un logiciel... Théorie | CT | 25 |
| ..... Laboratoire et applications | PP | 35 |
| ..... | ..... | ..... |
| ..... | ..... | ..... |
| ..... | ..... | ..... |
| **2. Part d'autonomie** | | |
| ..... | ..... | ..... |
| ..... | ..... | ..... |
| **3. Conseil des études** | | ..... |
| **Admission des élèves** | | ..... |
| **Rattrapage** | | ..... |
| **Bilan final** | | ..... |
| **Total des périodes** | | 60 |

B. Part supplémentaire éventuelle

| | | |
|---|---|---|
| ..... | ..... | ..... |
| ..... | ..... | ..... |
| ..... | ..... | ..... |
| **Total des périodes** | | ..... |

C. Total général des périodes : 60

12. Date de la proposition : 24/06/92

Signature du :
~~Chef d'établissement de la C.F.~~ (1)
Représentant du pouvoir organisateur subventionné (1)

13. Observations du service d'inspection (annexe éventuelle)

Date : ..... Signature :

14. DECISION : ~~ACCORD~~ - ACCORD PROVISOIRE - ~~PAS D'ACCORD~~ (1)
Motivation de la décision :

Date : 12 MARS 1993 Signature : MEUNIER

(3) soit CG, CS, CT, CTPP, PP ou CPPM (4) 1 période = 50 minutes

ICET CUESMES
PROMOTION SOCIALE

Mat.: 5.277.066

ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR DE TYPE COURT

*Unité de formation :*

# *Maîtrise d'un logiciel d'études de marchés*

*Annexe 1*

# *FINALITÉS DE L'UNITÉ DE FORMATION*

**ANNEXE 1**

## FINALITES

Etre capable d'utiliser, de manière la plus performante et la plus judicieuse possible un logiciel, permettant ainsi aux étudiants de mieux appréhender les différentes variables intervenant dans les études de marché.

Concourir à l'épanouissement individuel en promouvant une meilleure insertion professionnelle, sociale, culturelle et scolaire.

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.

*Annexe 2*

# *PRÉREQUIS DE L'UNITÉ DE FORMATION*

## ANNEXE 2 - Prérequis

Réussir une épreuve d'admission qui reprend les éléments essentiels du programme d'Etudes de marchés de la première année de la section C.T.S. Marketing (voir document ci-dessous).

Chapître 8 : Les études de produits

Chapître 9 : Les études sur le conditionnement et l'emballage

Chapître 10 : Les études sur les consommateurs

Chapître 11 : Les études sur les réseaux de distribution

Chapître 12 : Les études sur la publicité

Deuxième partie

- La théorie sur le questionnaire
- Cas pratiques

PROGRAMME DE COURS : ETUDE DES MARCHES

3H/Semaine

OBJECTIF

L'élaboration réussie de stratégies marketing nécessite l'utilisation d'informations qui traitent des marchés cibles possibles, de leurs réponses probables à différents marketing-mix, de la concurrence et d'autres variables non contrôlables. En l'absence d'informations de marketing fiables, les responsables marketing sont obligés de se fier à leur intuition ou à des estimations et, dans notre économie dynamique et hautement concurrentielle, de tels procédés conduisent généralement à l'échec.
L'objet de ce cours est d'étudier comment obtenir l'information dont on a besoin pour élaborer des stratégies réussies.
On étudiera les cinq étapes de méthode scientifique de recherche en marketing, à savoir :

1. La définition du problème
2. Analyse de la situation
3. Obtention des données sur le problème particulier
4. Interprétation des données
5. Solution du problème

L'ETUDIANT DOIT ETRE CAPABLE DE :

- Comprendre l'approche scientifique de la recherche marketing
- Savoir comment définir et résoudre des problèmes de marketing
- Savoir comment obtenir les données
- Comprendre dans la recherche marketing, le recours à l'observation, aux questions directes et aux méthodes expérimentales
- Connaître des systèmes d'information marketing

PROGRAMME

Première partie

Chapître 1 : Historique
Chapître 2 : Distinctions fondamentales
Chapître 3 : Objectifs des études de marchés
Chapître 4 : Raisons de l'expansion des études de marchés
Chapître 5 : Principes déontologiques
Chapître 6 : Les faits objectifs en études de marchés
Chapître 7 : Les faits subjectifs en études de marchés

*Annexe 3*

# *PROGRAMME DU (DES) COURS*

## ANNEXE 3 : PROGRAMME DU COURS

Objectifs :

Maîtrise d'un logiciel apte à donner une solution informatique appliquée au marketing. Cette étude devra s'adapter à tous les profils d'utilisateurs :

- l'utilisateur occasionnel : travaille en mode assisté guidé par le logiciel (fonctions de guidage)
- le professionnel des études : travaille en choisissant le mode direct ou il exprime ses demandes sans passer par l'intermédiaire des fonctions de guidage.
- l'expert : il personnalise son logiciel et ses traitements, sans passer par le mode conversationnel, en formulant ses travaux directement dans le langage intégré.

Programme :

1. Exploitation des données avant de les analyser.
2. Le questionnaire et le recueil de données, saisie rapide, saisie de type enquête téléphonique, saisie de type tableur.
3. Les études simples :
   - examen de l'outil de base d'exploitation et d'analyse de données, calculs statistiques qui assurent des sorties de qualité directement insérables dans les rapports.

4. Les études sophistiquées :

   par exemple, les études à niveaux, les tests de produits introduisant la notion d'ordre de préférence, les études multi-pays, les corrélations, les régressions, l'analyse en composants principales.

5. Les tests statistiques :

   analyse de la variance à 1 ou 2 facteurs et de tests paramétriques ou non paramétriques.

6. Les analyses multivariées

   Segmentation, analyse discriminante, classification hiérarchique.

7. La typologie

   Développée selon la technique des nuées dynamiques

Enquête SALON DE L'INFORMATION SUR LES ETUDES ET LES PROFESSIONS AVRIL 1992

**N° du questionnaire : V/**
**Nom de l'enquêteur :**

**Bonjour, je m'appelle .... et je réalise actuellement une enquête concernant le salon de** l'information.
**Acceptez-vous de répondre à ces quelques questions**
*Enquêteur : en cas de refus, insister poliment en précisant que l'interview ne durera que quelques minutes.. Si refus persistant, remercier la personne.*

**1. Pourquoi visitez-vous le salon de** l'information.
*Enquêteur : laisser répondre librement. Insister pour obtenir l'information la plus complète possible.*

1. ..... .....
..... *(réservé codification)* ☐☐

2. ..... .....
..... *(réservé codification)* ☐☐

3. ..... .....
..... *(réservé codification)* ☐☐



**2. Comment avez-vous entendu parler du salon de** l'information sur les études ?
*Enquêteur : laisser répondre librement. Insister pour obtenir l'information la plus complète possible.Ne rien suggérer*

1 par ma famille, mes parents ☐
2. par des connaissances ☐
3. par mon école, l'établissement scolaire de les enfants ☐
=> **laquelle ? lequel ?** *Enquêteur : préciser*
.....*(réservé codification)* ☐☐
4. par la presse quotidienne, les journaux ☐
=> **laquelle ? lequel ?** .....*(réservé codification)* ☐☐
5. par la presse magazine, les périodiques, les hebdomadaires ☐
=> **laquelle ? lequel ?** ..... *(réservé codification)* ☐☐
6. par la télévision ☐
=> **quelle chaîne** .....*(réservé codification)* ☐☐
7. par la radio ☐
=> **quelle chaîne** .....*(réservé codification)* ☐☐
8. par l'affichage publicitaire, les panneaux, des affichettes ☐
=> **Où l'avez-vous vu ?** .....*(réservé codification)* ☐☐
9. autre *Enquêteur : préciser*
.....*(réservé codification)* ☐☐

**3. Qu'attendez-vous, qu'espérez-vous d'une manifestation comme le salon de l'information sur les études ?**
*Enquêteur : laisser répondre librement. Insister pour obtenir l'information la plus complète possible.*
*Si le répondant dit " de l'information" ... demander sur quels sujets précis ...*

Trouvé ?

1. ..... *(réservé codification)* ☐☐ Q4 : ☐☐☐

..... OUI ± NON

Qu'avez-vous regretté ?

Q5 ..... *(réservé codification)* ☐☐

2. ..... *(réservé codification)* ☐☐ Q4 : ☐☐☐

..... OUI ± NON

Qu'avez-vous regretté ?

Q5 ..... *(réservé codification)* ☐☐

3. ..... *(réservé codification)* ☐☐ Q4 : ☐☐☐

..... OUI ± NON

Qu'avez-vous regretté ?

Q5 ..... *(réservé codification)* ☐☐

**4. L'avez-vous trouvé ?**
*Enquêteur : Pour chaque attente citée, poser la question et cocher la réponse (oui-non) correspondante.*

**5. Qu'avez-vous regretté ?**
*Enquêteur : Ne poser la question que si le répondant répond ± ou non.*



**6. Je vais vous proposer une série de critères concernant le salon, pour chacun d'eux , je vais vous demander de me donner une cote, de 1 à 10. 1 signifie "je suis tout à fait insatisfait de ce critère"; 10 signifie "je suis tout-à-fait satisfait de ce critère".**
**Ainsi, en ce qui concerne ... quelle cote donnez-vous ?**
*Enquêteur : Poser la question critère par critère. Commencer une fois par le haut, une fois lar le bas du tableau.*

| CRITERES | | Cote de satisfaction | Cote d'importance |
|---|---|---|---|
| lesinformations reçues des exposants | 1 | | |
| la documentation reçue aux stands | 2 | | |
| les conférences organisées | 3 | | |
| l'organisation pratique du salon | 4 | | |
| la disposition des stands | 5 | | |
| la signalisation dans le salon | 6 | | |
| l'information reçue sur le salon (lieu, date) | 7 | | |
| l'accueil reçu lors de votre visite | 8 | | |
| les heures d'ouverture | 9 | | |
| la durée du salon (3 jours) | 10 | | |
| les jours d'ouverture (choix des dates) | 11 | | |

**7. Je vais vous poser la même question mais cette fois pour l'importance de chaque critère. 1 signifie "ce n'est pas important du tout"; 10 signifie "c'est très important".**
**Ainsi, en ce qui concerne ... quelle cote d'importance donnez-vous ?**
*Enquêteur : Poser la question critère par critère*

**8. Je vois que pour ... vous ne donnez qu'une cote de .... A votre avis, que devraient faire les responsables pour améliorer cet élément ?**
*Enquêteur : Poser la question exclusivement pour les 2 critères dont les cotes de satisfaction sont les plus basses. Si plus de 2 critères à cote identique, prendre les 2 premiers cités.Réécrire le numéro du critère et la réponse du répondant.*

Critère n° ..... *(réservé codification)* ☐☐

Critère n° ..... *(réservé codification)* ☐☐

**9. Quelles écoles de promotion sociale, de cours du soir connaissez-vous ?**
*Enquêteur : laisser répondre spontanément le répondant. Ne pas influencer sa réponse*

| | | OUI | NON | OUI | NON |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 ICET ..... | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| 2. ..... | ☐ | | | | |
| 3. ..... | ☐ | | | | |

**10. Connaissez-vous l'ICET (enseignement de promotion sociale, cours du soir) ?**
*Enquêteur : laisser répondre spontanément le répondant. Ne pas influencer sa réponse*
*Si non, passer question 12*

**11. Avant aujourd'hui, Connaissiez-vous l'ICET (enseignement de promotion sociale, cours du soir) ?**

**12. Je vais vous proposer une série de propositions concernant l'ICET (promotion sociale, cours du soir), pour chacun d'eux , je vais vous demander de me dire si vous êtes d'accord ou pas d'accord avec cette proposition.Ainsi, en ce qui concerne ... êtes-vous d'accord ou pas d'accord ?**
*Enquêteur : Poser la question critère par critère. Commencer une fois par le haut, une fois lar le bas du tableau.*

| CRITERES | Cote d'accord | Cote d'importance |
|---|---|---|
| L'icet offre une formation pratique, orientée vers les activités professionnelles | ☐ OK ☐ non OK | ☐ IMPORTANT ☐ non IMPORTANT |
| les horaires de cours sont flexibles et adaptés à mes besoins | ☐ OK ☐ non OK | ☐ IMPORTANT ☐ non IMPORTANT |
| les cours de l'ICET sont donnés par des professionnels, des hommes du terrain | ☐ OK ☐ non OK | ☐ IMPORTANT ☐ non IMPORTANT |
| Suivre les cours de l'ICET permet d'obtenir un emploi plus rapidement | ☐ OK ☐ non OK | ☐ IMPORTANT ☐ non IMPORTANT |
| Suivre les cours de l'ICET permet d'obtenir un emploi plus attrayant | ☐ OK ☐ non OK | ☐ IMPORTANT ☐ non IMPORTANT |

**13. Je vais vous poser la même question mais cette fois pour l'importance de chaque proposition. Ainsi, en ce qui concerne ... dites-moi à chaque fois, si c'est important ou pas important pour vous.**
*Enquêteur : Poser la question critère par critère*



**Quelques questions pour terminer ...**
**14. Avez-vous déjà visité d'autres salons ?**

☐ NON ☐ OUI **9 a.si oui, lesquels ?**

salon n°1..... *(réservé codification)* ☐☐

salon n°2..... *(réservé codification)* ☐☐

**9 b. si oui, lequel avez-vous préféré (y compris le salon de l'information) ?**

☐ Salon de l'information ☐ salon n°1 ☐ salon n°2

**15. Visitez-vous le salon de l'information à titre de**
*Enquêteur : lire les items*

☐ visite scolaire (avec la classe)
☐ visite individuelle
☐ autre :Enquêteur : *préciser* ..... *(réservé codification)* ☐☐

**15b. Quel est votre âge ?** ☐☐

**16. Visitez-vous le salon de l'information en tant que**
*Enquêteur : lire les items*

☐ étudiant
☐ enseignant, responsable scolaire
☐ parents, grands parents
☐ autre :Enquêteur : préciser ..... (réservé codification) ☐☐

**16b. sexe :**
*Enquêteur : INe pas poser la question*

☐ Masculin
☐ Féminin

17. Fréquentez-vous (ou vos enfants fréquentent-ils)

- ☐ l'enseignement communal
- ☐ l'enseignement provincial
- ☐ l'enseignement d'état/communauté française
- ☐ l'enseignement libre
- ☐ autre :*Enquêteur : préciser* ..... *(réservé codification)* ☐☐

**18. Dans quelle commune habitez-vous ? Quel est le code postal ?**
*Enquêteur : écrire le code postal, si non connu écrire le nom de la localité*

☐☐☐☐

**19. Envisagez-vous de suivre des cours du soir, de promotion sociale d'ici 1993 ?**

1 OUI ☐

=> **lequel ?** *Enquêteur : une seule réponse. La première citée*

.....*(réservé codification)* ☐☐

=> **dans quel établissement scolaire ?** *Enquêteur : une seule réponse. La première citée*

.....*(réservé codification)* ☐☐

2. NON ☐

**20. Avez-vous visité le stand de l'ICET (promotion sociale) ?**

1 OUI ☐

2. NON ☐

**Je vous remercie pour votre participation à notre enquête et vous souhaite une bonne fin de journée.**

# Annexe 4

## *Fixation des capacités terminales.*

**ANNEXE 4**

## Fixation des capacités terminales

Une enquête ayant été réalisée; des objectifs ayant été déterminés par un promoteur :

- encoder les résultats
- exploiter le logiciel de manière à répondre aux objectifs proposés par le promoteur (voir exemple ci-joint)

Degré de maîtrise : le seuil de réussite est fixé à 50 %

*Annexe 5*

# *RECOMMANDATIONS PARTICULIÈRES DE DÉDOUBLEMENT OU DE REGROUPEMENT*

## ANNEXE 5 : Recommandations particulières de dédoublement

Le laboratoire dont dispose l'école est composé de 12 ordinateurs (disque dur 40 méga) reliés en réseau et connectés à trois imprimantes.

Le travail proposé aux étudiants doit obligatoirement être individualisé. Il convient donc de former des groupes de travail de 15 étudiants au plus.

*Annexe 6*

# *PROFIL DU (DES) CHARGÉ(S) DE COURS*

**ANNEXE 6**

## PROFIL DU(DES) CHARGE(S) DE COURS

Un enseignant ou un expert :

Description de l'expert requis à cet effet

Titulaire d'un titre universitaire

- qui puisse justifier d'une expérience professionnelle au niveau de l'étude des marchés (responsable du département marketing d'un organisme privé ou public par exemple).
- qui puisse analyser les statistiques appliquées aux études de marchés et maîtriser des techniques informatiques les plus positives dans ce domaine.