

Intitulé du Master : Management de la chaine logistique

Semestre : S3

Intitulé de l'UE : Méthodologie

Intitulé de la matière : Analyse de données sur Logiciel

Crédits : 1

Coefficients : 1

Mode d'enseignement : Présentiel

Objectifs de l'enseignement.

Se familiariser avec les méthodes de base d'exploration de données de recherche en marketing et l'utilisation du logiciel statistique SPSS.

Les étudiants apprennent comment entrer les données dans l'ordinateur et comment effectuer des calculs élémentaires, qui répondent aux questions de recherche.

Modalités pédagogiques et supports :

Elle repose sur une série de travaux dirigés et des travaux pratiques

- ✓ Les TP sont réservés à la manipulation du logiciel SPSS ;

L'étudiant aura à sa disposition :

- ✓ Synthèses des enseignements ;
- ✓ Etudes de cas pour les TP.

Connaissances préalables recommandées.

Connaissances en Analyse de données et maîtrise de l'outil informatique.

Contenu de la matière

Intitulé du chapitre	Contenu du chapitre	Activités d'apprentissage et d'évaluation
Découverte de SPSS	1- Qu'est-ce que SPSS 2- Comment démarrer SPSS 3- L'éditeur de données 4- Les différentes fenêtres de SPSS	TP et Exercices
Entrer les données sur SPSS	1. Créer un nouveau fichier dans SPSS 2. Comment coder les variables 3. Fusionner des fichiers de données 4. Importer des données dans SPSS	TP et Exercices
Préparation des données dans SPSS	1. Transformer les données 2. Recoder des variables	TP et Exercices

Analyse des données : représentations graphiques	1. Graphiques pour les variables nominales et ordinales 2. Graphiques pour les variables métriques 3. Exporter des tableaux et des graphiques dans Word 4. Modifier les caractéristiques d'un graphique	TP et Exercices
Analyse des données : Mesures descriptives	1. Fréquences, 2. Distribution des variables 3. Analyses univariées	TP et Exercices
Analyse bivariée des données	4. Tableaux de contingence 5. Test du khi-deux 6. La corrélation 7. Pratique de la régression linéaire simple	TP et Exercices
Analyse multivariée des données	1. Analyse en Composantes Principales 2. Classifications	TP et Exercices

Mode d'évaluation :

Contrôle continu 40%

Examen 60%

Références

- Naresh Malhotra & al., Etudes marketing avec SPSS, 5ème édition, Pearson, Paris, 2007.
 - Evrard & al., Market : Fondements et méthodes des recherches en marketing, 4ème édition, Dunod, Paris, 2009.
 - Simon Porcher & al., Analyse de données avec SPSS, Vuibert, Paris, 2018
- Kinnear, Paul , Gray, Colin, SPSS facile appliqué à la psychologie et aux sciences sociales, De Boeck, Paris, 2015.