



SYLLABUS

Domaine : Sciences Économiques, de Gestion et Commerciales.

Filière :

Spécialité : Management de la chaîne logistique

Semestre : 05

Année universitaire : 2025/2026

Identification de la matière d'enseignement

Intitulé : Analyse de données sur logiciel

Unité d'enseignement : Méthodologie

Nombre de Crédits : 1

Coefficient : 1

Volume horaire hebdomadaire total :

- Cours (nombre d'heures par semaine) :
- Travaux dirigés (nombre d'heures par semaine) :
- Travail personnel (nombre d'heures par semaine) : 1h

Responsable de la matière d'enseignement

Nom, Prénom, Grade :

Localisation du bureau (Bloc, Bureau) :

Email :

Tel (Optionnel) :

Horaire du cours et lieu du cours :

Description de la matière d'enseignement

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

Objectif général de la matière d'enseignement : Se familiariser avec les méthodes de base d'exploration de données de recherche en marketing et l'utilisation du logiciel statistique SPSS

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

Contenu de la matière d'enseignement

1. Découverte du logiciel SPSS
2. Entrer les données sur SPSS
3. Préparation des données dans SPSS
4. Analyse des données : Représentations graphiques
5. Analyse des données : Mesures descriptives
6. Analyse bivariée des données
7. Analyse multivariée des données

Modalités d'évaluation

Nature du contrôle	Pondération en %
Examen	
Micro – interrogation	
Travaux dirigés	



Travaux pratiques	75%
Projet personnel	
Travaux en groupe	
Sorties sur terrains	
Assiduité (Présence /Absence)	25%
Autres (à préciser)	
Total	

Références & Bibliographie

Textbook (Référence principale) :

Titre de l'ouvrage	Auteur	Éditeur et année d'édition
Analyse de données avec SPSS	Simon Porcher & al	Vuibert, Paris, 2018

Les références de soutien si elles existent :

Titre de l'ouvrage (1)	Auteur	Éditeur et année d'édition
Etudes marketing avec SPSS	Naresh Malhotra & al.	Pearson, Paris, 2007
Titre de l'ouvrage (2)	Auteur	Éditeur et année d'édition
Market : Fondements et méthodes des recherches en marketing	Evrard & al.	Dunod, Paris, 2009

Planning du déroulement du cours

Semaine	Titre du Cours	Date
1ere Semaine	Découverte du logiciel SPSS	
2eme Semaine	Entrer les données sur SPSS	
3eme Semaine	Préparation des données dans SPSS	



4eme Semaine	Analyse des données : Représentations graphiques	
5eme Semaine	Analyse des données : Mesures descriptives	
6eme Semaine	Analyse bivariée des données	
7eme Semaine	Analyse bivariée des données	
8eme Semaine	Analyse multivariée des données	
9eme Semaine	Analyse multivariée des données	
10eme Semaine	Analyse multivariée des données	
	Examen de rattrapage	

N°	Nom et Prénom (etudiant)	Signature
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		
11		



12		
13		
14		
15		