ESC104 - Etudes quantitatives en Marketing/Vente (Distribution, Marketing, Commerce, Vente).

Mis à jour le 20-02-2026

Code : ESC104

Unité d'enseignement de type cours

6 crédits

Volume horaire de référence (+/- 10%) : **50 heures**

Responsabilité nationale : EPN15 - Stratégies / Valérie CHARRIERE-GRILLON

Contact national :

EPN15 Stratégies - ICSV

37.2.08, 2 rue Conté
75003 Paris
01 58 80 86 55
Zahra ADJLOUT
zahra.adjlout@lecnam.net

Présentation

Prérequis

Public non statisticien, niveau bac + 2 (DEUG, BTS,...) en sciences économiques, en sciences humaines, ... sachant impérativement se servir d'Excel (saisie de données, réalisation de filtre de tri)/
L'auditeur doit impérativement avoir un ordinateur équipé d'une connexion internet et d'Excel sous Windows
Ce cours s'adresse à toutes personnes n'ayant pas de formation en mathématiques mais souhaitant:

- mieux comprendre les études quantitatives dont elles se servent dans le cadre que leur emploi
- mieux communiquer avec un service statistique, data au sein de leur entreprise
- commander une étude statistique à un institut d'études.

Cette UE est dispensée en enseignement à distance selon le niveau de l'auditeur. Des regroupements en présentiel ou à distance sont proposés pour des approfondissements.

Objectifs pédagogiques

A l'issue de la formation, les participants auront acquis une meilleure compréhension des études quantitatives, des statistiques utiles en marketing, en distribution, en vente et en ecommerce ainsi que leurs implications en entreprise. L'objectif n'est pas de former des statisticiens ou des datascientists mais d'expliquer les statistiques, mais de présenter en quoi elles sont utiles pour résoudre un problème de management, de marketing. (Il n'y a pas de démonstration)

Compétences

A l'issue de la formation, les participants sauront

- commander une étude afin de répondre à une problématique en management
- se poser les bonnes questions statistiques en adéquation à un problème en management
- réaliser des traitements statistiques simples afin d'émettre des recommandations entrepreneuriales sous Excel.

Programme

Contenu

I Les études quantitatives par sondage ou fichiers clients, internautes, citoyens
présentation des variables
analyse descriptive univariée des variables mesurées en management (distribution/vente, marketing, ecommerce) et en développement durable

analyse descriptive bivariée des variables mesurées en management (distribution/vente, marketing, ecommerce) et en développement durable

analyse multivariée des variables mesurées en management (distribution/vente, marketing, ecommerce) et en développement durable

analyse explicative des variables mesurées en management (distribution/vente, marketing, ecommerce) et en développement durable
II Les applications en distribution/vente

III Les applications en marketing

Modalités de validation

- Contrôle continu

Description des modalités de validation

Evaluation(s) individuelle(s) ou collective(s) sur des cas réels d’entreprise. Le mode et le calendrier de l’évaluation sont annoncés par l’enseignant en début de formation

Bibliographie

Titre	Auteur(s)
« Initiation aux statistiques descriptives avec Excel », éd Vuibert	Massoni, A (2001),
« Statistiques appliquée », éd SMG	Baillargeon, G, (2003),
Polycopié de cours	Valérie Charrière-Grillon