

1. Comment détermine-t-on la taille d'un échantillon lorsque l'on veut effectuer une étude de marché ? Soyez précis ? Précisez, si nécessaire, la taille de la population, la ou les formules que vous utilisez.
2. Expliquez ce que sont les panels et les enquêtes omnibus
3. Une entreprise souhaite modifier un de ses produits. Elle effectue une étude de marché pour savoir si les consommateurs achèteront le nouveau produit.  
Les résultats sont : 48 % achèteront le nouveau produit, 52 % ne l'achèteront pas.  
Il est signalé aussi que les résultats ont une marge d'erreur de 5%, avec une probabilité de 95%.  
Que doit faire l'entreprise sur base de ces résultats ?  
Expliquez clairement ce que veulent dire tous les chiffres cités.
4. Expliquez toutes les méthodes de tirage d'un échantillon.  
Montrez bien la différence entre le tirage par grappes et le tirage par strates.
5. Expliquez ce qu'est l'analyse en composantes principales.

A titre exemple seulement copie interdite pour usage personnel