

Anne-Marie DUSSAIX

Professeur émérite

dussaix@essec.edu

Département: Systèmes d'Information, Data
Analytics et Opérations
Campus de Cergy

DIPLÔMES

DIPLÔMES

1975	Doctorat en Statistiques (Sorbonne Université France)
1950	Licence de Sciences Economiques (Sorbonne Université France)
1950	Licence de Mathématiques (Sorbonne Université France)

CARRIÈRE

POSITIONS ACADÉMIQUES PRINCIPALES

1971 - Présent	Professeur émérite (ESSEC Business School France)
----------------	---

PUBLICATIONS

ACTES D'UNE CONFÉRENCE

[DUSSAIX, A.M. et INDJEHAGOPIAN, J.P. \(1995\). A Study of the Impact of Promotions on Sales : Data Collection and Statistical Analysis Methods. Dans: *Bulletin de l'Institut International de Statistique \(Bulletin of the International Statistical Institute\)*. Institut International de Statistique \(IIS\), pp. 309-310.](#)

[DUSSAIX, A.M. \(1990\). Le choix de l'échantillon. Dans: *Agro-industrie et méthodes statistiques*. Financial Management Association \(FMA\), pp. 42-56.](#)

[DUSSAIX, A.M. \(1999\). La mesure de l'audience des différents médias. Dans: *Enquêtes et systèmes d'information. La statistique en entreprise*. AFRISTAT, pp. 33-39.](#)

[DUSSAIX, A.M. \(1997\). L'enseignement des sondages à des étudiants de formations différentes : quelques expériences. Dans: *Bulletin de l'Institut International de Statistique \(51e Session - Istanbul - 1997\)*. State Institute of Statistics, pp. 425-428.](#)

COMMUNICATIONS DANS UNE CONFÉRENCE

[DUSSAIX, A.M. \(1988\). Méthodes d'estimation pour des domaines d'étude dans le cas de données de panel.](#)

[DUSSAIX, A.M. \(1996\). Méthodologie des enquêtes par sondage.](#)

[DUSSAIX, A.M. \(1988\). Model-Based Estimation in Survey Sampling.](#)

[DUSSAIX, A.M., DESBROSSES, J.P. et PATIN, M. \(1989\). Estimation pour des domaines d'étude : résultats empiriques.](#)

[DUSSAIX, A.M. \(1988\). L'intérêt des modèles.](#)

[DUSSAIX, A.M. et PALMERO, G. \(1992\). Effet de grappe dans un panel de consommateurs : quelques résultats empiriques.](#)

[DUSSAIX, A.M. \(1992\). Analyse conjointe et identification des critères de choix des consommateurs.](#)

[DUSSAIX, A.M. \(1999\). La mesure de l'audience des différents médias.](#)

[DUSSAIX, A.M. \(1997\). L'enseignement des sondages à des étudiants de formations différentes : quelques expériences.](#)

[DUSSAIX, A.M. \(1995\). Modèles de comportement et données de panels.](#)

[DUSSAIX, A.M. \(2000\). Principe des méthodes de redressement.](#)

[DUSSAIX, A.M. \(1996\). Sampling Problems in Marketing.](#)

[DUSSAIX, A.M. \(1992\). Sondages et qualité des données.](#)

COMPTE-RENDUS D'OUVRAGE

[DUSSAIX, A.M. \(2001\). La rénovation du recensement de la population : le choix du mode de sondage dans les grandes communes. Journal de la Société Française de Statistique, France.](#)

LIVRES

[DUSSAIX, A.M. et GROSBAS, J.M. \(1992\). *Exercices de sondages - Avec aide-mémoire et solutions*. Economica, 165 pages.](#)

[EVARD, Y., PRAS, B., ROUX, E., DESMET, P. et DUSSAIX, A.M. \(2003\). *Market. Etudes et recherches en marketing*. Dunod, 699 pages.](#)

[BRIGNIER, J.M., CHAVENON, H., DUPONT-CHESTEM, F., DUSSAIX, A.M. et HAERING, H. \(2002\). *Mesurer l'audience des médias*. Dunod, 336 pages.](#)

[DUSSAIX, A.M. et GROSBAS, J.M. \(1993\). *Les sondages : principes et méthodes*. PUF, 122 pages.](#)

[DUSSAIX, A.M. et INDJEHAGOPIAN, J.P. \(1991\). *Statistique pour la gestion*. Éditions d'Organisation, 36 pages.](#)

DOCUMENTS DE TRAVAIL

[DUSSAIX, A.M. \(1986\). *Détermination de la taille d'échantillon pour la mesure d'évolutions*. ESSEC Business School.](#)

[DUSSAIX, A.M. et INDJEHAGOPIAN, J.P. \(1996\). *Etude de l'impact des promotions sur les ventes : méthodes de collecte des données et méthodes d'analyse statistique*. ESSEC Business School.](#)

CHAPITRES

[DUSSAIX, A.M. \(1999\). Extraire un échantillon. Dans: *Manuel de Gestion*. 1st ed. Ellipses, pp. 769-781.](#)

[DUSSAIX, A.M. \(1997\). Les enquêtes par sondage. Dans: *L'Art du Management*. 1st ed. Pearson Village Mondial, pp. 144-149.](#)

[DUSSAIX, A.M. \(1987\). Enquêtes répétées dans le temps. Dans: *Les Sondages*. 1st ed. Economica, pp. 197-208.](#)

[DUSSAIX, A.M. \(1991\). Les sources d'informations commerciales. Dans: *Encyclopédie du Management*. 1st ed. Vuibert, pp. 857-874.](#)

[DUSSAIX, A.M. \(1990\). L'intérêt des modèles. Dans: *Au royaume des sondages*. 1st ed. Éditions l'Université de Bruxelles, pp. 49-53.](#)

[DUSSAIX, A.M. \(1987\). Modèles de surpopulation. Dans: *Les Sondages*. 1st ed. Economica, pp. 67-88.](#)

[DUSSAIX, A.M. \(1993\). \(ouvrage en collaboration\). Dans: *Market - Etudes et recherches en marketing : fondement, méthodes*. 1st ed. Nathan.](#)

[DUSSAIX, A.M. \(2002\). Modèles de comportement et précision des données d'enquêtes et de panels. Dans: *Ecrits sur les processus aléatoires \(mélanges en hommage à Robert Fortet\)*. 1st ed. Hermès Sciences, Lavoisier, pp. 103-118.](#)

[DUSSAIX, A.M. \(2001\). Principes des méthodes de redressement. Dans: *Traitements des fichiers d'enquêtes : redressements, injections de réponses, fusions*. 1st ed. Presses Universitaires de Grenoble, pp. 17-29.](#)

[DUSSAIX, A.M. et GROSBAS, J.M. \(1993\). Sondages et qualité des données. Dans: *Traitements statistiques des enquêtes*. 1st ed. Dunod, pp. 21-52.](#)

ARTICLES

[DUSSAIX, A.M. \(1987\). Détermination de la taille d'échantillon pour la mesure d'évolutions. *Journal de la Société Française de Statistique & Revue de statistique appliquée*, pp. 25-36.](#)

[DUSSAIX, A.M. \(1998\). La mesure d'audience des médias. *Journal de la Société Française de Statistique & Revue de statistique appliquée*, pp. 41-60.](#)

[DUSSAIX, A.M. \(1999\). La précision des enquêtes revisitée. *La Revue de MODULAD*, pp. 101-104.](#)

DIRECTION D'OUVRAGE

[BROSSIER, G. et DUSSAIX, A.M. \[Eds\] \(1999\). *Enquêtes et sondages. Méthodes, modèles, applications, nouvelles approches*. Dunod, 365 pages.](#)

ARTICLES OU VIDÉOS DE VULGARISATION

[DUSSAIX, A.M. \(1997\). Les enquêtes par sondage. *Les Echos*, pp. 14-15.](#)

ACTIVITÉS PROFESSIONNELLES

Membre d'une association professionnelle, d'un groupe d'experts ou d'un conseil d'administration

- 1946 - Présent: Expert auprès du Comité Européen de Normalisation (CEN/TC331 Postal Services)
- 1946 - Présent: Vice-Présidente du Comité Scientifique du CESP (Centre d'Etudes des Supports de Publicité)

Consulting

- 1946 - Présent: Activités de conseil pour La Poste, France Telecom RD, Taylor Nelson Sofres, Comité Européen de Normalisation, etc...

ACTIVITÉS DE RECHERCHE

Fonction dans une association académique

- 1992 - 1994: Présidente de l'Association pour la Statistique et ses Utilisations
- 1946 - Présent: Membre du Conseil des Groupes Enseignement et Enquêtes de la Société Française de Statistique

Membre d'une association académique

- 1946 - Présent: Membre, International Statistical Institute

Membre d'un comité de lecture

- 1993 - 2000: Membre du comité de lecture - Recherche et Applications en Marketing
- 2004 - 2005: Membre du comité de lecture - Recherche et Applications en Marketing