

Anne-Marie DUSSAIX

Emeritus Professor

dussaix@essec.edu

Department: Information Systems, Data Analytics
and Operations
Campus de Cergy

DIPLOMAS

DIPLOMAS

1975	Doctorat in Statistics (Sorbonne Université France)
1950	Licence in Economics (Sorbonne Université France)
1950	Licence in Mathématiques (Sorbonne Université France)

CAREER

FULL-TIME ACADEMIC APPOINTMENTS

1971 - Now	Emeritus Professor (ESSEC Business School France)
------------	---

PUBLICATIONS

BOOK REVIEWS

[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.](#)

WORKING PAPERS

[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.](#)

BOOKS

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

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

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

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

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

BOOK CHAPTERS

[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.

JOURNAL 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.

CONFERENCE PROCEEDINGS

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. 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. (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.

PRESENTATIONS AT AN ACADEMIC OR PROFESSIONAL CONFERENCE

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

[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. \(1992\). 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.](#)

PRESS ARTICLE, VIDEO OR OTHER POPULAR MEDIA

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

BOOK EDITOR

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

PROFESSIONAL ACTIVITIES

Member of a professional association, of an expert group or of a board of directors

- 1946 - Now: Expert for the Comité Européen de Normalisation (CEN/TC331 Postal Services)
- 1946 - Now: Vice-President of the Scientific Committee of the CESP (Centre d'Etudes des Supports de Publicité)

Consulting

- 1946 - Now: Consulting activities for La Poste, France Telecom RD, Taylor Nelson Sofres, Comité Européen de Normalisation, etc...

RESEARCH ACTIVITIES**Function in an academic association**

- 1992 - 1994: President of the Association pour la Statistique et ses Utilisations
- 1946 - Now: Member of the Conseil des Groupes Enseignement et Enquêtes de la Société Française de Statistique

Member of an academic association

- 1946 - Now: Member of the International Statistical Institute

Editorial Board Membership

- 1993 - 2000: Editorial board membership - Recherche et Applications en Marketing
- 2004 - 2005: Editorial board membership - Recherche et Applications en Marketing