

Anne-Marie DUSSAIX

Emeritus Professor

Department: Information Systems, Data
Analytics and Operations
ESSEC Business School
3 avenue Bernard Hirsch
95021 Cergy-Pontoise
France

Email: dussaix@essec.edu

EDUCATION

- | | |
|------|---|
| 1975 | Doctorat in Statistics, Sorbonne Université, France |
| 1950 | Licence in Economics, Sorbonne Université, France |
| 1950 | Licence in Mathematics, Sorbonne Université, France |

EMPLOYMENT

Full-time academic positions

- 1971 - Present Emeritus Professor, ESSEC Business School, France

PUBLICATIONS

Journal Articles

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

Books and book editor

- EVRARD, Y., PRAS, B., ROUX, E., DESMET, P. and DUSSAIX, A.M. (2003). *Market. Etudes et recherches en marketing*. Dunod, 699 pages.
- BRIGNIER, J.M., CHAVENON, H., DUPONT-CHESTEM, F., DUSSAIX, A.M. and HAERING, H. (2002). *Mesurer l'audience des médias*. Dunod, 336 pages.
- DUSSAIX, A.M. and GROSBRAS, J.M. (1993). *Les sondages : principes et méthodes*. PUF, 122 pages.
- DUSSAIX, A.M. and GROSBRAS, J.M. (1992). *Exercices de sondages - Avec aide-mémoire et solutions*. Economica, 165 pages.
- DUSSAIX, A.M. and INDJEHAGOPIAN, J.P. (1991). *Statistique pour la gestion*. Éditions d'Organisation, 36 pages.
- BROSSIER, G. and DUSSAIX, A.M. [Eds] (1999). *Enquêtes et sondages. Méthodes, modèles, applications, nouvelles approches*. Dunod, 365 pages.

Book chapters

- DUSSAIX, A.M. (2002). Modèles de comportement et précision des données d'enquêtes et de panels. In: *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. In: *Traitements des fichiers d'enquêtes : redressements, injections de réponses, fusions*. 1st ed. Presses Universitaires de Grenoble, pp. 17-29.
- DUSSAIX, A.M. (1999). Extraire un échantillon. In: *Manuel de Gestion*. 1st ed. Ellipses, pp. 769-781.
- DUSSAIX, A.M. (1997). Les enquêtes par sondage. In: *L'Art du Management*. 1st ed. Pearson Village Mondial, pp. 144-149.
- DUSSAIX, A.M. (1993). (ouvrage en collaboration). In: *Market - Etudes et recherches en marketing : fondement, méthodes*. 1st ed. Nathan.
- DUSSAIX, A.M. and GROSBRAS, J.M. (1993). Sondages et qualité des données. In: *Traitements statistiques des enquêtes*. 1st ed. Dunod, pp. 21-52.
- DUSSAIX, A.M. (1991). Les sources d'informations commerciales. In: *Encyclopédie du Management*. 1st ed. Vuibert, pp. 857-874.
- DUSSAIX, A.M. (1990). L'intérêt des modèles. In: *Au royaume des sondages*. 1st ed. Éditions l'Université de Bruxelles, pp. 49-53.
- DUSSAIX, A.M. (1987). Enquêtes répétées dans le temps. In: *Les Sondages*. 1st ed. Economica, pp. 197-208.
- DUSSAIX, A.M. (1987). Modèles de surpopulation. In: *Les Sondages*. 1st ed. Economica, pp. 67-88.

Conference proceedings

- DUSSAIX, A.M. (1999). La mesure de l'audience des différents médias. In: *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. In: *Bulletin de l'Institut International de Statistique (51e Session - Istanbul - 1997)*. State Institute of Statistics, pp. 425-428.
- DUSSAIX, A.M. and INDJEHAGOPIAN, J.P. (1995). A Study of the Impact of Promotions on Sales : Data Collection and Statistical Analysis Methods. In: *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. In: *Agro-industrie et méthodes statistiques*. Financial Management Association (FMA), pp. 42-56.

Conferences

- DUSSAIX, A.M. (2000). Principe des méthodes de redressement.
- 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. (1996). Méthodologie des enquêtes par sondage.

- DUSSAIX, A.M. (1996). Sampling Problems in Marketing.
- DUSSAIX, A.M. (1995). Modèles de comportement et données de panels.
- DUSSAIX, A.M. (1992). Analyse conjointe et identification des critères de choix des consommateurs.
- DUSSAIX, A.M. and PALMERO, G. (1992). Effet de grappe dans un panel de consommateurs : quelques résultats empiriques.
- DUSSAIX, A.M. (1992). Sondages et qualité des données.
- DUSSAIX, A.M., DESBROSSES, J.P. and PATIN, M. (1989). Estimation pour des domaines d'étude : résultats empiriques.
- DUSSAIX, A.M. (1988). L'intérêt des modèles.
- DUSSAIX, A.M. (1988). Méthodes d'estimation pour des domaines d'étude dans le cas de données de panel.
- DUSSAIX, A.M. (1988). Model-Based Estimation in Survey Sampling.

Working Papers

DUSSAIX, A.M. and 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.

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

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.

Press

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

OTHER RESEARCH ACTIVITIES

Editorial Board Membership

- 2004 - 2005 Recherche et Applications en Marketing
- 1993 - 2000 Recherche et Applications en Marketing

Affiliations

- 1992 - 1994 President of the Association pour la Statistique et ses Utilisations
- Since 1946 Member of the Conseil des Groupes Enseignement et Enquêtes de la Société Française de Statistique
- Since 1946 Member of the International Statistical Institute

PROFESSIONAL ACTIVITIES

Consulting

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

Other professional activities

1946 - Present Vice-President of the Scientific Committee of the CESP (Centre d'Etudes des Supports de Publicité)

1946 - Present Expert for the Comité Européen de Normalisation (CEN/TC331 Postal Services)