

**h e g**

Haute école de gestion  
Genève

# Research Monitor

*Prise en main*

*Version 1*

2015

 infothèque

Guide

## Table des matières

Table des matières .....	1
1. En bref.....	1
1.1. Pourquoi utiliser Research monitor ?.....	1
2. Page d'accueil .....	1
2.1. Types de recherches.....	1
2.1.1. Barre de recherche .....	1
2.1.2. Recherche par sujets .....	2
2.1.3. Par lieux géographiques .....	3
3. Résultats .....	5
3.1. Show details.....	6
4. Les plus de Research Monitor .....	6

## 1. En bref

**Type de données** : profils de pays, rapports de production, articles, opinions d'analystes économistes

**Domaines couverts** : économie, micro-économie, macro-économie de plus de 80 pays pour ~ 5'000 rapports par an.

**Couverture** : international (par exemple le rapport portant le titre « *boissons alcoolisées en France* » ou « *l'Italie en 2030 : démographie futures* » a son propre équivalent pour les 80 autres pays.

**Mise à jour** : les rapports sont mis à jour une fois par an

**Langue d'interrogation** : anglais

**Pour plus d'informations** : [aperçu du contenu](#) (en anglais)

### 1.1. Pourquoi utiliser Research Monitor ?

Vous êtes à la recherche d'une étude de marché Vous souhaitez connaître l'opinion d'experts sur un sujet économique ? *Research Monitor* fournit une documentation ciblée par pays, lieu géographique et domaine de l'économie.

## 2. Page d'accueil

Sur la page d'accueil, il est possible de choisir les types de recherche suivants : par sujets ou lieux géographiques ou encore la barre de recherche.

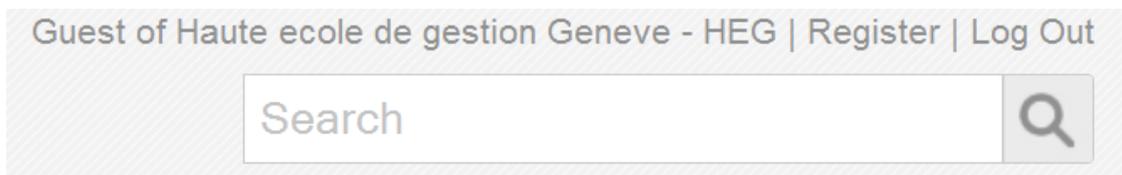
« *Welcome learn more* » vous permet d'obtenir une petite aide en ligne.

Plus bas, vous trouvez également les recherches récentes réalisées sur la base peu avant votre connexion.

### 2.1. Types de recherches

Trois façons de rechercher : utilisez les filtres par sujets ou lieux géographiques ou encore la barre de recherche en haut.

#### 2.1.1. Barre de recherche

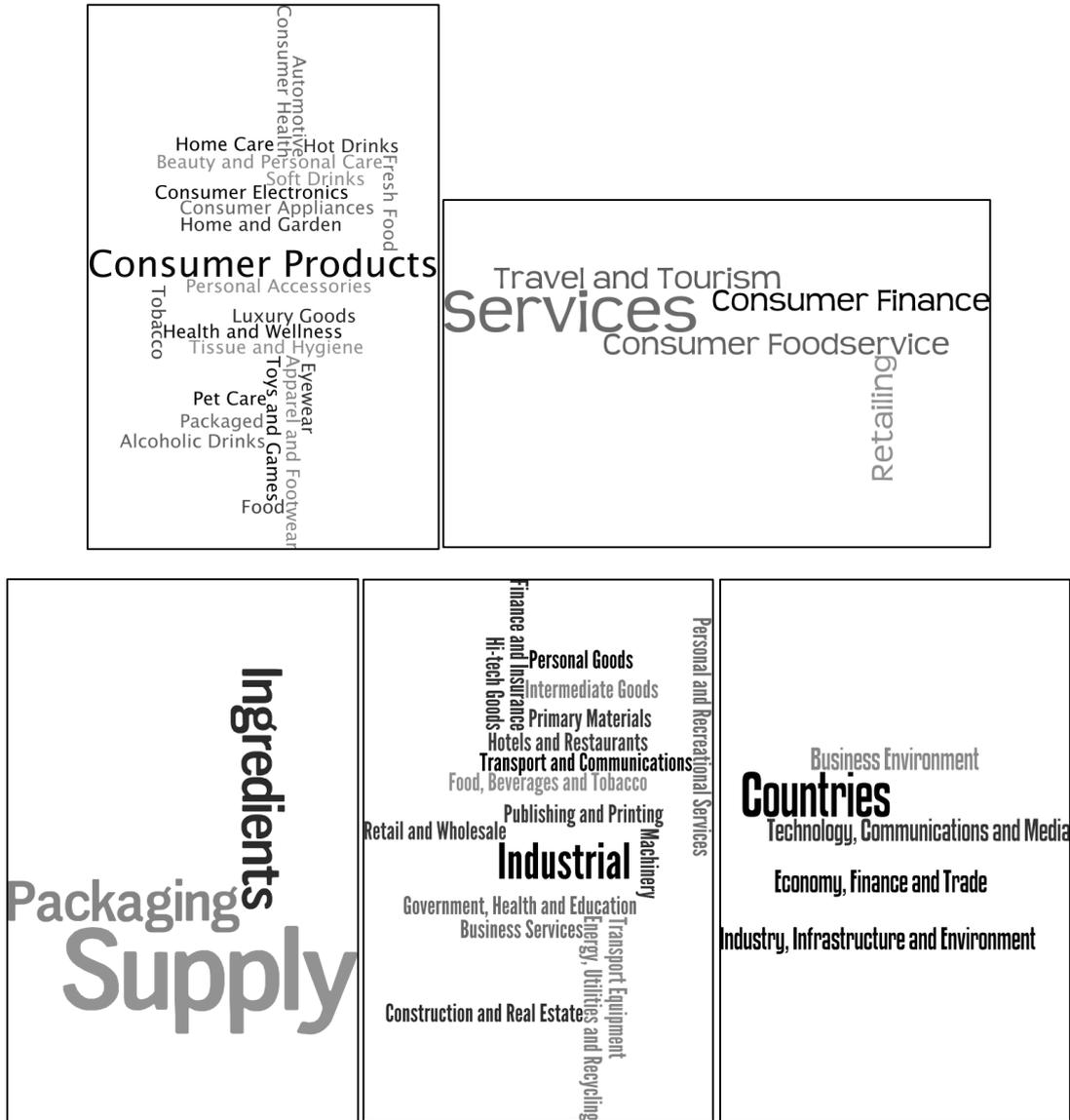


Guest of Haute école de gestion Geneve - HEG | Register | Log Out

Dans la barre de recherche, lorsque certains mots sont saisis, des suggestions sont réalisées. Il est conseillé de les sélectionner et de poursuivre sa recherche. En effet, ces termes correspondent aux mots-clés présents dans la base et renvoient à des articles ou rapports.

### 2.1.2. Recherche par sujets

Ci-dessous, vous trouvez les différentes catégories qui vous permettent de rechercher, puis ensuite combiner vos mots-clés : consumer products, services, supply, industrial, countries et consumer.



## Consumers

Income and Expenditure

Consumer Trends and Lifestyles

Population and Homes

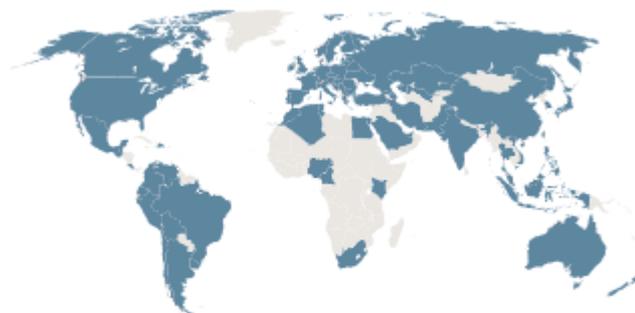
### 2.1.3. Par lieux géographiques

Lorsque vous avez besoin d'information sur un marché spécifique à lieu, la recherche par lieux géographiques est recommandée. Pour rechercher la Suisse, par exemple, cliquez sur Western Europe, puis sur Switzerland. Une petite croix avant le mot signifie que le mot est sélectionné

#### Search Geographies

Regions	▼
Asia Pacific	▼
Australasia	▼
Eastern Europe	▼
Latin America	▼
Middle East and Africa	▼
North America	▼
Western Europe	▼

Research Monitor couvre les pays suivants :



Geographies covered by Research Monitor

Source : RESEARCH MONITOR 2013 ?

### 2.1.3.1. Ajouts de sujet

A tout moment dans sa recherche, il est possible d'ajouter, voire de supprimer des filtres. Que celui-ci soit sur la recherche par sujets ou lieux géographiques.

### 2.1.3.2. Plus de résultats

En bas de la page de résultat, il est possible d'ajouter plusieurs résultats :  
[Load More Results >](#)

Les résultats seront affichés selon le tri choisi (en haut de la page) : par pertinence, par date par ordre alphabétique des titres.



### 3. Résultats

Après avoir cliqué sur : « go to results » les résultats sont affichés. Pour obtenir le contenu, il suffit de cliquer sur le titre du rapport.

Il est à nouveau possible de filtrer ces résultats, par lieu, par date ou encore par analyse, c'est-à-dire par type de documents.

By Subject	▼
By Geography	▼
By Analysis	▲
Article (1)	›
Industry Overview (1)	›
Opinion (1)	›
By Date	▼

En allant sur l'article, le contenu s'affiche et vous pouvez vous aider de la barre de navigation

The diagram shows a navigation bar with the following elements and callouts:

- < Return to Results List**: A button to return to the results list.
- ☰ (Menu icon)**: Callout: *Possibilité de naviguer dans la table des matières*
- あA (Language icon)**: Callout: *Plusieurs langues sont disponibles pour décrire l'article, le rapport, etc.*
- 📎 (Attachment icon)**: Callout: *Possibilité de télécharger et d'imprimer le document*
- ⬇️ (Download icon)**: Callout: *Possibilité de télécharger et d'imprimer le document*
- 📄 (Print icon)**: Callout: *Possibilité de télécharger et d'imprimer le document*
- ❓ (Help icon)**: Callout: *Aide en ligne de Research Monitor*
- ☰ (Tombone icon)**: Callout: *Le trombone permet de sauvegarder le rapport*

Choose Language	
Español	›
Português	›
Русский	›
简体中文	›
日本語	›
한국어	›
العربية	›

### 3.1. Show details

Le bouton « *show details* » permet de comprendre la logique du classement. Selon le sujet, il permet également en quelques mots de comprendre de quoi parle l'article.

## 4. Les plus de Research Monitor

Les documents regroupés sous **opinion** sont un point fort de la base, car ils permettent de connaître l'auteur, voire même de lui écrire.

La force de *Research Monitor* se base sur la combinaison des deux recherches : par sujets et lieux géographiques. L'un et l'autre peuvent être utilisés seuls, mais de pouvoir **cibler une activité avec un lieu spécifique** est riche et permet d'analyser le marché et le positionnement de son entreprise.

Un point fort supplémentaire est que les sources sont indiquées au bas de chaque rapport. Par ailleurs, un des plus de research Monitor est par exemple, un rapport portant le titre « *boissons alcoolisées en France* » ou « *l'Italie en 2030 : démographie futures* », il aura son propre équivalent pour les 80 autres pays.

## Bibliographie :

RESEARCH MONITOR 2013 ?. *In-depth research overview*. [en ligne]. Londres : Euromonitor. 4p. Disponible à l'adresse suivante : <http://go.euromonitor.com/rs/euromonitorinternational/images/Research%20Monitor%20In%20Depth%20Research.pdf> [consulté le 02.04.2015]

Research Monitor

## **Infothèque**

Haute école de gestion de Genève

Campus de Battelle - Bât. F

7, Route de Drize

CH - 1227 Carouge

Tél. : + 41 22 388 18 25

Fax : + 41 22 388 17 60

<http://www.hesge.ch/heg/infotheque/>

[infotheque@hesge.ch](mailto:infotheque@hesge.ch)

### **Horaires (hors vacances académiques)**

Lundi – mercredi      8h – 18h

Jeudi                      8h – 20h

Vendredi                8h – 17h

Samedi                   9h – 13h