

- Faculté des sciences économiques
- www.unine.ch/seco

Recherche en marketing (5EN1020)

Filières concernées	Nombre d'heures	Validation	Crédits ECTS
Bachelor en sciences économiques, orientation économie politique	Cours: 4 ph	Voir ci-dessous	6
Bachelor en sciences économiques, orientation management	Cours: 4 ph	Voir ci-dessous	6

ph=période hebdomadaire, pg=période globale, j=jour, dj=demi-jour, h=heure, min=minute

Période d'enseignement:

- Semestre Printemps

Equipe enseignante

Mansour Omeira
mansour.omeira@unine.ch

Institut de l'entreprise (IENE) - Université de Neuchâtel
A.-L. Breguet 2, CH-2000 Neuchâtel

Contenu

Ce cours combine théorie et pratique. Le contenu de ce cours vise à mettre les étudiant-e-s en contact avec les développements récents dans le domaine de la recherche en marketing commercial et social. Il s'appuie sur la littérature scientifique et professionnelle actuelle, les codes, normes et directives professionnelles, ainsi que les formations certifiantes, et couvre l'ensemble des étapes de la démarche de recherche :

1. Introduction à la recherche en marketing
2. Définir le problème de recherche
3. Concevoir la recherche
4. Identifier les sources d'information
5. Choisir un échantillon
6. Préparer les outils de collecte de données
7. Rédiger une proposition de recherche
8. Planifier et gérer un projet de recherche
9. Analyser les données
10. Communiquer les résultats

Forme de l'évaluation

EI: évaluations internes organisées au cours du semestre.

La note finale sera basée sur la participation en classe (10%), la présentation critique d'un article scientifique dans le domaine (15%), un examen écrit durant le cours (25%), ainsi qu'un projet de groupe incluant un rapport d'étude marketing et sa présentation orale (50%).

En cas de rattrapage, la note portera à 100% sur un examen écrit de 2 heures en session. Pour se présenter à l'examen de rattrapage, un rapport d'étude marketing devra tout de même avoir été rendu durant le cours.

Les examens seront sans documentation. Les objets connectés ne sont pas admis dans les examens.

Documentation

Les références seront communiquées durant le cours.

Pré-requis

Marketing, Statistique inférentielle

Forme de l'enseignement

Exposé magistral, questionnement, discussion, travail individuel, travail de groupe

Objectifs d'apprentissage

- Faculté des sciences économiques
- www.unine.ch/seco

Recherche en marketing (5EN1020)

Au terme de la formation l'étudiant-e doit être capable de :

- Expliquer les concepts, les méthodes et les enjeux de la recherche en marketing
- Concevoir des projets de recherche en marketing répondant aux attentes des clients
- Développer leurs connaissances et compétences de recherche en marketing de manière autonome et en collaboration
- Analyser de manière critique les études marketing et évaluer leur qualité et leur éthique
- Communiquer les résultats de la recherche pour soutenir la prise de décision marketing
- Mettre en oeuvre des projets de recherche en marketing répondant aux attentes des clients

Compétences transférables

- Concevoir des projets
- Gérer des projets
- Travailler en équipe
- Appliquer ses connaissances à des situations concrètes
- Produire des recherches à un niveau approprié
- Promouvoir l'esprit d'entreprise et la curiosité intellectuelle
- Agir sur la base d'un raisonnement éthique
- Générer des idées nouvelles (créativité)