

- 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	Cours: 4 ph	Voir ci-dessous	6
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

Professeur : Bruno Kocher
Bureau no. R 165
Rue A.-L. Breguet 2
CH-2000 Neuchâtel
e-mail : bruno.kocher@unine.ch

Contenu

Le but de ce cours est d'identifier les objectifs et d'utiliser les outils pour effectuer des recherches marketing. Nous allons parcourir toutes les étapes qu'une entreprise (ou une institution) entreprend afin de répondre à une question de recherche marketing. Ce processus comprend la définition de l'objet de la recherche, la revue de la littérature, le design de la recherche, la collecte de données primaires, la collecte de données secondaires, l'analyse des données, et finalement la présentation et une réflexion critique des résultats de la recherche. Ce cours est spécialisé dans les questions de recherche en marketing et va intégrer les dernières recherches académiques et les pratiques courantes du domaine.

Forme de l'évaluation

L'évaluation se compose d'une activité individuelle (un test de 120 minutes; 25 points) et des activités de groupe (projet, présentations; 35 points). La note finale sera le nombre de points divisé par 10, puis arrondi.

En cas d'échec, les étudiant-e-s passeront un examen écrit de rattrapage de 120 minutes en session. Pour passer l'examen de rattrapage, il est obligatoire d'avoir remis les activités de groupe.

Si les points obtenus par les activités de groupe ont déjà été pris en compte lors de la première tentative, l'examen de rattrapage comptera pour 100% de la note. Dans le cas contraire (par exemple, absence justifiée lors du test individuel), l'allocation des points mentionnées ci-dessus sera appliquée pour obtenir la note finale (l'examen de rattrapage comptant pour 25 points, les activités de groupe pour 35 points). L'examen de rattrapage porte sur la même matière que l'activité individuelle.

Important : Les notes, textes et toute autre documentation ainsi que les objets connectés ne sont pas admis pendant l'activité individuelle. En cas d'infraction à ces règles, les étudiants sont considérés en situation de fraude et les éléments non admis seront retirés, et l'examen pourra être réputé échoué.

Documentation

Les références seront communiquées durant le cours.

Pré-requis

Marketing, Statistique inférentielle

Forme de l'enseignement

4 heures par semaine
Présentation des concepts théoriques, discussions-débats, projets, étude d'articles, mise en pratique, enseignement de type participatif privilégié

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
- Communiquer les résultats de la recherche pour soutenir la prise de décision marketing
- Concevoir des projets de recherche en marketing
- 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
- Mettre en oeuvre des projets de recherche en marketing

Compétences transférables

- Promouvoir l'esprit d'entreprise et développer la curiosité intellectuelle
- Communiquer les résultats d'une analyse à l'oral
- Gérer des projets
- Communiquer les résultats d'une analyse à l'écrit
- Appliquer ses connaissances à des situations concrètes
- Synthétiser des analyses basées sur des approches méthodologiques différentes
- Stimuler sa créativité