

Etude et recherche 2 : design de la recherche

**ECTS** : 3

**Description du contenu de l'enseignement :**

Ce cours fait suite aux cours de « Etude et recherche en marketing et stratégie » ER1 et ER3. A partir d'études de cas et d'articles de recherche, il vise à sensibiliser les étudiants :

- à l'importance du design de la recherche et à son intégration dans les pratiques du conseil en marketing en général,
- à la synergie entre la recherche et le conseil.

Il constitue aussi une aide à la réalisation du Mémoire de M1.

En particulier ce cours aborde les points suivants :

- Le rôle du Conseil et la démarche d'analyse d'un design de recherche.
- Conceptualisation et expérimentation, l'insight au service de la stratégie marketing, la mesure et le test d'un modèle.
- Méthodes quantitatives et interprétatives, la synergie entre le conseil et la recherche.
- Définir les informations requises pour mettre en place une recherche appliquée, formuler des axes, hypothèses et propositions de recherche,
- concevoir des phases exploratoires, descriptives, interprétatives et/ou causales.
- Spécifier et mettre en œuvre des procédures de mesure.

**Compétence à acquérir :**

Etre capable de :

- Adopter une approche scientifique dans la démarche marketing par la résolution d'études de cas en intégrant les apports de la recherche,
- formuler, à partir des résultats, des recommandations managériales marketing et/ou stratégiques et/ou sociétales ainsi que des voies de recherche,
- définir ou déduire les informations requises pour mettre en place une démarche de conseil.

**Mode de contrôle des connaissances :**

*Présentation orale d'une étude de cas en équipe : 50 %*

*Essai : 50 %*

**Bibliographie, lectures recommandées :**

*P. Kotler et al. (2022), Marketing Management, Pearson, 18ème édition*

*D. Iacobucci et G.A. Churchill (2014), Marketing Research : Methodological foundations, 10e`me e`dition, South-Western Cengage learning*

*R-A Thie`tart et coll (2014), Me`thode de recherche en management, 4e`me e`dition, Dunod.*

*Garrette, B., Phelps, C., & Sibony, O. (2022), Cracked it!: How to solve big problems and sell solutions like top strategy consultants. Springer.*

**Document susceptible de mise à jour - 15/02/2026**

**Université Paris Dauphine - PSL** - Place du Maréchal de Lattre de Tassigny - 75775 PARIS Cedex 16