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.*