

## Descriptif de module

Domaine HES-SO Economie et services  
 Filière Economie d'entreprise

### 1 Intitulé du module **Marketing II** 2020-2021

<b>Code</b> E.EE.342.426.F.20	<b>Type de formation *</b> <input checked="" type="checkbox"/> Bachelor <input type="checkbox"/> Master <input type="checkbox"/> MAS <input type="checkbox"/> EMBA <input type="checkbox"/> DAS <input type="checkbox"/> CAS <input type="checkbox"/> Autres		
<b>Niveau</b> <input type="checkbox"/> module de base <input type="checkbox"/> module d'approfondissement <input checked="" type="checkbox"/> module avancé <input type="checkbox"/> module spécialisé	<b>Caractéristique</b> <input checked="" type="checkbox"/> En cas d'échec définitif à un module défini comme obligatoire pour acquérir le profil de formation correspondant, l'étudiant-e est exclu-e de la filière, voire du domaine si le règlement de filière le précise conformément à l'article 32 du Règlement sur la formation de base (bachelor et master) en HES-SO	<b>Type de module</b> <input checked="" type="checkbox"/> module principal <input type="checkbox"/> module lié au module principal <input type="checkbox"/> module facultatif ou complémentaire	<b>Organisation temporelle</b> <input checked="" type="checkbox"/> semestre de printemps <input type="checkbox"/> semestre d'automne <input type="checkbox"/> module sur 2 semestres automne et printemps <input type="checkbox"/> Autres

### 2 Organisation

<b>Crédits ECTS *</b> 5	<b>Langues(s)</b> <input type="checkbox"/> allemand <input type="checkbox"/> allemand / D <input type="checkbox"/> bilingue <input checked="" type="checkbox"/> français <input type="checkbox"/> français - allemand - anglais <input type="checkbox"/> français - anglais / FE-FD <input type="checkbox"/> italien <input type="checkbox"/> Autres	<input type="checkbox"/> allemand - anglais <input type="checkbox"/> anglais <input type="checkbox"/> espagnol <input type="checkbox"/> français - allemand <input type="checkbox"/> français - anglais <input type="checkbox"/> français / F <input type="checkbox"/> mandarin
----------------------------	--	---

### 3 Prérequis

- avoir validé le(s) module(s)
- avoir suivi le(s) module(s) Marketing I
- Pas de prérequis
- Autre

#### Autres prérequis

### 4 Compétences visées / Objectifs généraux d'apprentissage \*

#### 4261 Analyse du marché

Au terme de l'unité d'enseignement, l'étudiant-e doit :

Maîtriser les concepts clés relatifs au comportement du consommateur et connaître les principales techniques d'études qualitatives et quantitatives (contextes d'application, méthodologies, résultats)

Transposer ces concepts à des cas d'applications réels tout en utilisant les outils appropriés (de la compréhension de la problématique du client à la présentation des résultats)

Connaître les principaux éléments psychologiques et sociologiques qui façonnent et conditionnent le comportement du consommateur

#### 4262 Statistiques d'enquête

Au terme de l'unité d'enseignement, l'étudiant-e doit :

Etre capable de représenter et de synthétiser de manière pertinente des données statistiques

Etre capable d'exploiter de manière adéquate et critique les outils statistiques

Connaître les limites méthodologiques des analyses et outils statistiques et savoir les respecter

Etre capable d'utiliser un logiciel spécifique

Cela se décline notamment en abordant les thèmes suivants :

- Statistiques d'enquêtes
- Plan de sondage
- Méthodes d'échantillonnage
- Introduction aux techniques de redressement
- Analyse des résultats, pertinence des conclusions

Domaine HES-SO Economie et services  
 Filière Economie d'entreprise

**5 Contenu et formes d'enseignement \***

**Forme d'enseignement du module :**

Un problème managérial réel lié à l'analyse de marché est proposé par une entreprise ou une institution. Les étudiants travaillent en groupes sur le problème managérial et le reformulent en termes de questions de recherche. Ils apprennent par la pratique à travailler en équipe, à se répartir les rôles, à diriger un groupe, à coordonner le travail et à négocier entre eux en vue de l'atteinte des objectifs. Ils vont ensuite acquérir les compétences requises à chaque phase pour aider l'entreprise dans sa prise de décision, en suivant un protocole de recherche systématique. Chaque groupe est responsable de l'avancement de son étude et de la présenter aux acteurs du terrain. L'esprit critique et l'éthique sont des éléments importants car c'est un véritable travail de recherche.

**4261 Analyse du marché**

Contenu :

- Consommateur en tant qu'individu
- Attitudes, motivations, freins
- Consommateur et le marché
- Consommateur et influences culturelles et sociales
- Marketing et les études du marché
- Types d'études du marché
- Principes, méthodes et outils
- Avantages et limites méthodologiques

**4262 Statistiques d'enquête**

Contenu :

- Estimation ponctuelle
- Intervalle de confiance
- Tests d'hypothèse
- Tests paramétriques et non-paramétriques
- Statistiques d'enquête
- Planification d'enquête
- Méthodes d'échantillonnage
- Traitement de données manquantes
- Analyse des résultats, importance de la conclusion
- Autres types de régression (régression multiple,...)

**6 Modalités d'évaluation et de validation \***

Date et forme des contrôle(-s) continu(-s) organisé(-s) durant le semestre (CC) sont communiquées dans les deux premières semaines en début de semestre par le professeur.

L'examen de fin de module (E) se compose ainsi :

- 4261 Analyse du marché (U1) : évaluation écrite de 90 minutes
- 4262 Statistiques d'enquête (U2) : évaluation écrite de 60 minutes

Règle de validation du module :

$$U1 = (CCU1+EU1) / 2, \text{ arrondi au } 1/10$$

$$U2 = (CCU2+EU2) / 2, \text{ arrondi au } 1/10$$

Pondération : P1 = 3/5, P2 = 2/5.

Note du module (N) = (U1\*P1+U2\*P2) / ΣP arrondi au 1/10

Validation du module :

- Note plus grande ou égale à 4 : module acquis
- Note comprise entre 3.5 et 3.9 : remédiation possible du module
- Note inférieure à 3.5 : répétition du module

La note de remédiation remplace la note de l'unité (U).

La durée et la forme de l'examen de remédiation sont les mêmes que l'E. Le contenu de l'examen de remédiation se compose de l'intégralité de la matière vu dans les U.

Le module ne peut être répété qu'une seule fois.

**7 Modalités de remédiation \***

- remédiation possible : évaluation 4 ou 3
- remédiation possible : évaluation E ou F
- remédiation possible
- pas de remédiation
- Autres modalités (préciser ci-dessous)

**7a Modalités de remédiation (en cas de répétition) \***

- remédiation possible : évaluation 4 ou 3
- remédiation possible : évaluation E ou F
- remédiation possible
- pas de remédiation
- Autres modalités (préciser ci-dessous)

**Autres modalités de remédiation**

**8 Remarques**

En principe, la fréquentation des unités de cours ainsi que la participation à toute autre activité prévue dans le plan d'études sont obligatoires. Le responsable de filière décide de l'éventuelle sanction en cas d'absence injustifiée ou de non respect du règlement des absences.

*Domaine HES-SO Economie et services*  
*Filière Economie d'entreprise*

9 **Bibliographie**

Documentation de l'enseignant.

10 **Enseignant·e-s**

Bürki Florian  
Loubier Jean-Christophe  
Mastelic Joëlle

**Responsable de module \***

Joëlle Mastelic

**Descriptif validé le \***  
14.09.2020

**Descriptif validé par \***  
Roten Hans-Peter