

## Descriptif de module

Domaine HES-SO Economie et services  
Filière Tourisme

### 1 Intitulé du module **Enquête de terrain et analyse** 2020-2021

**Code**  
E.TO.342.742Bloc.FDE.20

**Type de formation \***  
 Bachelor  Master  MAS  EMBA  DAS  CAS  Autres

<b>Niveau</b> <input checked="" type="checkbox"/> module de base <input type="checkbox"/> module d'approfondissement <input 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

**Crédits ECTS \***  
6

**Langues(s)**  
 allemand  allemand - anglais  
 allemand / D  anglais  
 bilingue  espagnol  
 français  français - allemand  
 français - allemand - anglais  français - anglais  
 français - anglais / FE-FD  français / F  
 italien  mandarin  
 Autres

### 3 Prérequis

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

#### Autres prérequis

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

Dans le cadre de ce module, les étudiant-e-s se familiariseront avec les étapes les plus importantes des études de marché au travers d'exemples, et d'exercices dans le but de cerner le comportement des consommateurs. Pour la phase de collecte de données nous verrons comment réaliser des « focus groups », des épisodes d'observations, des entretiens semi-directifs et des questionnaires. Ensuite, nous apprendrons à analyser et à synthétiser l'information collectée.

Pour la phase analytique, nous mettrons un accent tout particulier sur les outils et les métriques de performance du marketing digital. Par exemple, par le biais de ces outils, nous analyserons des campagnes de marketing digital. Il s'agira de comprendre le potentiel et l'importance de la « data » dans le secteur du tourisme.

Nous apprendrons finalement comment communiquer oralement, par écrit et visuellement les résultats au sein de l'entreprise ou au public par le biais de médias appropriés et surtout à faire preuve d'esprit critique en la matière. Nous irons également un pas plus loin pour bien saisir les principes des nouvelles techniques de neuromarketing qui expliquent comment les décisions d'achat sont prises par le cerveau humain.

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

1. Communiquer des analyses de marché à travers différents canaux et publics
2. Connaître le potentiel et l'impact de la donnée numérique dans l'étude de marché
3. Décrire le rôle stratégique de l'étude de marché dans le processus managérial
4. Définir les tenants et les aboutissements de l'étude de marché en tourisme
5. Connaître les méthodes appliquées aux études de marché touristiques
6. Pratiquer des analyses de base de jeux de données et les interpréter
7. Comprendre les éléments de comportement du consommateur et les principes de neuromarketing

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

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

En cas de remédiation uniquement la note du rattrapage fait foi.

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

### 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

**Domaine HES-SO** Economie et services  
**Filière** Tourisme

Autres modalités (préciser ci-dessous)

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. En cas d'absence, l'étudiant est tenu d'informer par écrit le professeur qui décide si l'absence annoncée est justifiée ou non, ainsi que de l'éventuelle sanction.

En cas de doute, la version française du descriptif fait foi.

**9 Bibliographie**

La bibliographie sera donnée au début du semestre.

**10 Enseignant-e-s**

Fragniere Emmanuel

**Responsable de module \***

Manu Fragnière

**Descriptif validé le \***

10.09.2020

**Descriptif validé par \***

Dominique Fumeaux  
Responsable de la filière

## Modulbeschreibung

Bereich HES-SO Wirtschaft und Dienstleistungen  
 Studiengang Tourismus

### 1 Titel 2020-2021

<b>Code</b> E.TO.342.742Bloc.FDE.20		<b>Art der Ausbildung *</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"/> Andere	
<b>Niveau</b> <input checked="" type="checkbox"/> Basismodul <input type="checkbox"/> Vertiefungsmodul <input type="checkbox"/> Fortgeschrittenes Modul <input type="checkbox"/> Fachmodul	<b>Merkmale</b> <input checked="" type="checkbox"/> Wenn der/die Studierende ein für die Erlangung des entsprechenden Ausbildungsprofils obligatorisches Modul definitiv nicht bestanden hat, wird er/sie vom Studiengang und sogar vom Fachbereich ausgeschlossen, sofern das Studiengangsreglement dies gemäss Art. 32 des Reglements für die Grundausbildung (Bachelor- und Masterstudiengänge) an der HES-SO vorsieht	<b>Typ</b> <input checked="" type="checkbox"/> Hauptmodul <input type="checkbox"/> Mit Hauptmodul verbundenes Modul <input type="checkbox"/> Fakultatives oder Zusatzmodul	<b>Organisation</b> <input checked="" type="checkbox"/> Frühlingsemester <input type="checkbox"/> Herbstsemester <input type="checkbox"/> Modul verteilt auf Herbst- und Frühlingsemester <input type="checkbox"/> Autres

### 2 Organisation

<b>ECTS-Credits</b> 6	<b>Hauptunterrichtssprache</b> <input type="checkbox"/> Französisch <input type="checkbox"/> Deutsch / D <input type="checkbox"/> Zweisprachig <input type="checkbox"/> Französisch <input checked="" type="checkbox"/> Französisch - Deutsch - Englisch <input type="checkbox"/> Französisch - deutsch / FE-FD <input type="checkbox"/> Italienisch <input type="checkbox"/> Andere	<input type="checkbox"/> Deutsch - Englisch <input type="checkbox"/> Englisch <input type="checkbox"/> espagnol <input type="checkbox"/> Französisch - Deutsch <input type="checkbox"/> Deutsch - Englisch <input type="checkbox"/> französisch / F <input type="checkbox"/> mandarin
--------------------------	--	---

### 3 Voraussetzungen

- Modul validiert
- Modul besucht
- Keine Voraussetzungen
- Andere

#### Andere Voraussetzungen

### 4 Erstrebt Kompetenzen / allgemeine Lernziele \*

Im Rahmen dieses Moduls machen sich die Studierenden anhand von Beispielen und Übungen mit den wichtigsten Etappen von Marktstudien vertraut, um das Konsumverhalten zu erkennen. Im Hinblick auf die Datensammlung werden ihnen Kenntnisse in den Bereichen Focus Groups, Observationen, Leitfadenterviews und Umfragen vermittelt.

Anschliessend lernen sie, die gesammelten Daten auszuwerten und zusammenzufassen. Für die analytische Phase wird das Schwergewicht auf die Hilfsmittel und die Effizienzkennzahlen des digitalen Marketings gelegt, z. B. Evaluation von digitalen Marketingkampagnen. Das Ziel besteht darin, das Potenzial und die Bedeutung der Data für den Tourismussektor zu bestimmen.

Schliesslich lernen die Studierenden, wie sie ihre Ergebnisse unternehmensintern und -extern mündlich, schriftlich und visuell mit Hilfe der geeigneten Medien kommunizieren und kritisch beurteilen. Sie werden sich auch mit den Grundlagen der neuen Techniken des Neuromarketings vertraut machen, um zu verstehen, wie Kunden Kaufentscheidungen treffen.

### 5 Inhalt und Unterrichtsformen \*

1. Kommunikation zu Marktanalysen über verschiedene Kanäle und für unterschiedliche Zielpublika
2. Potenzial und Auswirkungen digitaler Daten in Marktstudien
3. Beschreibung der strategischen Rolle der Marktstudie im Managementprozess
4. Definition der Vor- und Nachteile der Marktstudie im Tourismus
5. Methoden zur Durchführung von Marktstudien im Tourismus
6. Analyse und Interpretation von Datensätzen
7. Verständnis des Konsumentenverhaltens und der Prinzipien des Neuromarketings

### 6 Evaluations- und Validierungsmodalitäten

Validierung des Moduls :  
 Note 4 und höher: Modul bestanden  
 Note zwischen 3.5 und 3.9: Nachprüfung  
 Note unter 3.5: Wiederholung des Moduls

Im Fall einer Nachprüfung gilt nur die hierfür erhaltene Note.

Das Modul kann nur einmal wiederholt werden.

**Bereich HES-SO** Wirtschaft und Dienstleistungen  
**Studiengang** Tourismus

**7 Nachprüfungsmodalitäten\***

- Nachprüfung möglich : Bewertung 4 oder 3
- Nachprüfung möglich : Bewertung E oder F
- Nachprüfung möglich
- keine Nachprüfung
- Andere Modalitäten(bitte ausführen)

**7a Nachprüfungsmodalitäten (im Falle von Wiederholung) \***

- Nachprüfung möglich : Bewertung 4 oder 3
- Nachprüfung möglich : Bewertung E oder F
- Nachprüfung möglich
- keine Nachprüfung
- Andere Modalitäten(bitte ausführen)

**Andere Modalitäten für die Nachprüfungen**

**8 Bemerkungen**

**9 Bibliografie**

**10 Dozierende**

Fragniere Emmanuel

**Name der Modulverantwortlichen \***

Manu Fragnière

**Modulbeschreibung validiert am \***

10.09.2020

**Modulbeschreibung validiert durch \***

## Module description

Field of study HES-SO Business, Management and Services  
Degree course Tourism

### 1 Title of module *Field studies and analysis* 2020-2021

<b>Code</b> E.TO.342.742Bloc.FDE.20	<b>Type of course *</b> <input checked="" type="checkbox"/> Bachelor's <input type="checkbox"/> Master's <input type="checkbox"/> MAS <input type="checkbox"/> EMBA <input type="checkbox"/> DAS <input type="checkbox"/> CAS <input type="checkbox"/> other			
<b>Level</b> <input checked="" type="checkbox"/> Basic module <input type="checkbox"/> Further studies module <input type="checkbox"/> Advanced module <input type="checkbox"/> Specialised module	<table border="0"> <tr> <td><b>Description</b> <input checked="" type="checkbox"/> In the case of definitive failure in a module defined as compulsory for successfully completing the course profile in question, the student shall be excluded from the degree programme, or from the faculty, if this is provided by the course regulations in accordance with Article 32 of the Regulations relating to first-cycle and second-cycle degrees (Bachelor's and Master's) at the HES-SO</td> <td><b>Type of module</b> <input checked="" type="checkbox"/> Main module <input type="checkbox"/> Module linked to main module <input type="checkbox"/> Optional or subsidiary module</td> <td><b>Time schedule</b> <input checked="" type="checkbox"/> Spring semester <input type="checkbox"/> Autumn semester <input type="checkbox"/> Module over two semesters autumn and spring <input type="checkbox"/> Autres</td> </tr> </table>	<b>Description</b> <input checked="" type="checkbox"/> In the case of definitive failure in a module defined as compulsory for successfully completing the course profile in question, the student shall be excluded from the degree programme, or from the faculty, if this is provided by the course regulations in accordance with Article 32 of the Regulations relating to first-cycle and second-cycle degrees (Bachelor's and Master's) at the HES-SO	<b>Type of module</b> <input checked="" type="checkbox"/> Main module <input type="checkbox"/> Module linked to main module <input type="checkbox"/> Optional or subsidiary module	<b>Time schedule</b> <input checked="" type="checkbox"/> Spring semester <input type="checkbox"/> Autumn semester <input type="checkbox"/> Module over two semesters autumn and spring <input type="checkbox"/> Autres
<b>Description</b> <input checked="" type="checkbox"/> In the case of definitive failure in a module defined as compulsory for successfully completing the course profile in question, the student shall be excluded from the degree programme, or from the faculty, if this is provided by the course regulations in accordance with Article 32 of the Regulations relating to first-cycle and second-cycle degrees (Bachelor's and Master's) at the HES-SO	<b>Type of module</b> <input checked="" type="checkbox"/> Main module <input type="checkbox"/> Module linked to main module <input type="checkbox"/> Optional or subsidiary module	<b>Time schedule</b> <input checked="" type="checkbox"/> Spring semester <input type="checkbox"/> Autumn semester <input type="checkbox"/> Module over two semesters autumn and spring <input type="checkbox"/> Autres		

### 2 Organisation

<b>ECTS Value</b> 6	<b>Language</b> <input type="checkbox"/> German <input type="checkbox"/> German / D <input type="checkbox"/> Bilingual <input type="checkbox"/> French <input checked="" type="checkbox"/> French - German - English <input type="checkbox"/> French - English / FE-FD <input type="checkbox"/> italien <input type="checkbox"/> Other	<input type="checkbox"/> German - English <input type="checkbox"/> English <input type="checkbox"/> espagnol <input type="checkbox"/> French - German <input type="checkbox"/> French - English <input type="checkbox"/> French / F <input type="checkbox"/> mandarin
------------------------	--	---

### 3 Prerequisites

- The following module(s) must have been validated  
 The following module(s) must have been attended  
 none  
 other

#### Other prerequisites

### 4 Skills to be gained / general learning objectives

In this module, students will learn about the most important steps in market research through examples and exercises in order to understand consumer behaviour. For the data collection phase, students will learn how to conduct focus groups, observations, semi-structured interviews and questionnaires, and how to analyse and summarise the information collected. For the analytical phase, special emphasis will be put on the tools and performance metrics of digital marketing. For example, digital marketing campaigns will be analysed using these tools in order to understand the potential and the importance of data in the tourism sector. Finally, students will learn how to critically evaluate the results and how to communicate them orally, in writing and visually within the company or to the public using appropriate media. They will also be introduced to the principles of new neuromarketing techniques that explain how purchasing decisions are made by the human brain.

### 5 Teaching and content

1. Communicate on market analyses for different publics using different channels
2. Understand the potential and the impact of digital data on market research
3. Describe the strategic role of market research for the management process
4. Define the pros and cons of tourism market research
5. Tourism market research methods
6. Analyse and interpret data sets
7. Understand consumer behaviour and the principles of neuromarketing

### 6 Assessment and validation methods

Validation of the module:  
Grade 4 or higher: module passed  
Grade between 3.5 and 3.9: reassessment  
Grade lower than 3.5: Repetition of the module

In case of failure of the skills development and presentation programme, an additional assignment must be handed in no later than during the reassessment session. If this additional assignment is not sufficient to pass, the entire module must be repeated.

In case of a reassessment, only the reassessment grade counts.

The module can only be repeated once.

### 7 Reassessment requirements \*

- reassessment possible: grade 4 or 3  
 reassessment possible: grade E or F  
 reassessment possible

### 7a Reassessment requirements (if module is repeated) \*

- reassessment possible: grade 4 or 3  
 reassessment possible: grade E or F  
 reassessment possible

**Field of study** HES-SO Business, Management and Services  
**Degree course** Tourism

no reassessment

other (please specify below)

no reassessment

other (please specify below)

**other reassessment modalities**

8 **Remarks**

In principle, course attendance and participation in all other activities mentioned in the study plan are compulsory. In case of absence, students must inform the professor in writing, who then decides whether the absence is justified or not, as well as the possible sanction.

In case of doubt, the French version of the description applies.

9 **Bibliography**

The bibliography is handed out at the beginning of the semester.

10 **Teaching staff**

Fragniere Emmanuel

**Name of head of module \***

Manu Fragnière

**Description validated on \***

10.09.2020

**Description validated by \***

Dominique Fumeaux  
Head of the Tourism Degree Course