

Descriptif de module

Domaine : Economie & Services
Filière : Economie d'entreprise
Option : Marketing 360

1. Intitulé de module **Neurosciences et Marketing Conscient** **2021-2022**

Code : 5op3..

Type de formation :

Bachelor Master MAS DAS CAS Autres :

Niveau :

- Module de base
 Module d'approfondissement
 Module avancé
 Module spécialisé
 Autres :

Caractéristique :

Module obligatoire dont l'échec peut entraîner l'exclusion définitive de la filière selon l'art.25, du Règlement sur la formation de base (Bachelor et Master) en HES-SO

Type :

- Module principal
 Module lié au module principal
 Module facultatif ou complémentaire
 Autres :

Organisation temporelle :

- Module sur 1 semestre
 Module sur 2 semestres
 Semestre d'automne
 Semestre de printemps
 Autres :

2. Organisation

Crédits ECTS : 5

Langue principale d'enseignement :

- Français Italien
 Allemand Anglais
 Autres :

3. Prérequis

- Avoir validé les semestres 1 - 2
 Avoir suivi les semestres 3 et 4 pour les étudiant-e-s EES et 5 et 6 pour les étudiant-e-s EEW
 Pas de prérequis
 Autres :

4. Compétences visées / Objectifs généraux d'apprentissage

Selon le Prof. G. Zaltmann de Harvard au moins 95% de nos décisions sont non-conscients. Ce cours a pour objectif de rendre les étudiants plus conscients de leurs propres processus décisionnels, afin de mieux maîtriser les enjeux futurs du marché, plus spécifiquement dans les domaines du marketing et de la communication. Ils seront capables en fin de module de justifier des compétences professionnelles suivantes :

- Connaître la place des Neurosciences dans le Marketing et la Communication
- Comprendre les différents états de conscience et le rôle prédominant du non-conscient
- Expliquer l'importance des émotions dans le processus décisionnel
- Être capable d'appréhender les entreprises et leurs enjeux de façon plus complète (conscient & non-conscient)
- Adopter une conscience éthique dans l'application des neurosciences en Marketing et Communication
- Savoir appliquer les découvertes des neurosciences dans le contexte professionnel

5. Contenu et formes d'enseignement

Le cours est composé d'une partie théorique, complétée par une application terrain. La moitié des périodes sera consacrée à la mise en pratique et au développement concret de leurs compétences.

PARTIE I : NEUROSCIENCES

Contenu

- Qu'est-ce que les neurosciences : définition et historique
- Quelle place pour les neurosciences dans le Marketing et la Communication ?
- Le cerveau : les fondamentaux biologiques et fonctionnels
- L'individu, ses dimensions et ses états de conscience

Forme d'enseignement

- Présentiel théorique
- Intervenants experts
- Présentations de vidéos
- Ateliers et exercices pratiques (pendant le cours avec l'enseignant ou intervenants en rôle de coach)

PARTIE II : EMOTION ET ETHIQUE

Contenu

- Du mythe du consommateur rationnel
- Au nouveau paradigme de la prise de décision
- Le rôle central de l'émotion dans la prise de décision
- L'importance de l'éthique et des valeurs
- L'impact du storytelling et des valeurs d'entreprise

Forme d'enseignement

- Présentiel théorique
- Intervenants experts
- Présentations de vidéos
- Ateliers et exercices pratiques (pendant le cours avec l'enseignant ou intervenants en rôle de coach)

PARTIE : APPLICATION PRATIQUE

Contenu

La visée de ce module est principalement de permettre aux étudiants de mettre en pratique les concepts théoriques des neurosciences à leur développement professionnel, appliqué aux compétences en marketing et communication.

1. Les étudiants mèneront une enquête dans une entreprise (mandat ou simulation) afin d'identifier quels concepts neuroscientifiques étudiés en classe sont appliqués et les leviers de développement possibles pour leur marketing et communication.
2. Tout au long du semestre ils auront des présentations de groupes leur permettant d'intégrer les nouvelles compétences et les appliquer à des cas concrets.

Forme d'enseignement

- Intervenants experts
- Coaching de groupe

6. Modalités d'évaluation et de validation

L'évaluation du module se fera en principe de la manière suivante :

Semaine 1 à 14 : Evaluation du concept développé en groupe
Evaluation des réponses à l'étude de cas

7. Modalités de remédiation

- Remédiation obligatoire si le résultat du module est compris entre 3,5 et 3,9 / 6.
- Pas de remédiation
- Autres modalités :

Autres modalités de remédiation

En cas de remédiation, seule la note de l'examen de remédiation sera prise en compte.

Un module répété ne peut pas être remédié.

8. Bibliographie

Sera communiquée ultérieurement.