

## SYLLABUS

**Domaine :** Sciences Économiques, de Gestion et Commerciales.

**Filière :** Sciences Commerciales

**Spécialité :** Marketing Digital

**Semestre :** 03

**Année universitaire :** 2025/2026

### Identification de la matière d'enseignement

**Intitulé :** Netnographie

**Unité d'enseignement :** Méthodologique

**Nombre de Crédits :** 01

**Coefficient :** 01

**Volume horaire hebdomadaire total :**

- Cours (nombre d'heures par semaine) : 1H30
- Travaux dirigés (nombre d'heures par semaine) :
- Travail personnel (nombre d'heures par semaine) :

### Responsable de la matière d'enseignement

**Nom, Prénom, Grade :** SAIDANI Amal, Professeure

**Localisation du bureau (Bloc, Bureau) :**

**Email :** [a.saidani@hec.dz](mailto:a.saidani@hec.dz)

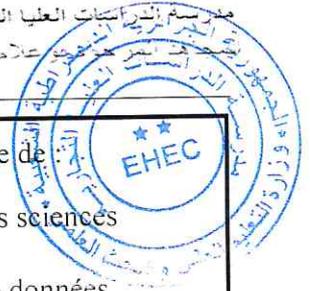
**Tel (Optionnel) :**

**Horaire du cours et lieu du cours :**

### Description de la matière d'enseignement

**Prérequis :** Notions en marketing, comportement du consommateur et marketing digital

**Objectif général de la matière d'enseignement :** Le cours vise à initier les étudiants aux méthodes de recherche qualitative appliquées aux environnements numériques, et plus spécifiquement à la netnographie.



**Objectifs d'apprentissage :** À la fin de ce cours, l'étudiant(e) sera capable de

- Définir la netnographie et situer son origine théorique dans le champ des sciences sociales et du marketing.
- Identifier les caractéristiques des communautés virtuelles et les types de données numériques exploitables.
- Comprendre les enjeux éthiques liés à l'observation en ligne (anonymat, consentement, accès aux données).
- Concevoir un protocole de recherche netnographique : formulation d'une problématique, choix des terrains, méthodes de collecte et d'analyse.
- Utiliser des outils numériques pour la collecte et l'analyse de données (forums, réseaux sociaux, blogs...).
- Analyser qualitativement les discours, comportements et interactions au sein de communautés en ligne.

### *Contenu de la matière d'enseignement*

#### **1- Introduction à la netnographie ( 2 séances)**

- Définition de la netnographie
- Comparaison avec d'autres méthodes de recherche qualitative en ligne
- Applications pratiques de la netnographie

#### **2- Éthique de la recherche netnographique ( 1 séance)**

- Les enjeux de l'éthique de la recherche en ligne
- Réglementation de la recherche en ligne
- Les bonnes pratiques de la netnographie

#### **3- Conception de la recherche netnographique ( 3 séances)**

- Formulation de la question de recherche
- Échantillonnage et recrutement des participants en ligne
- Collecte de données : observation, entretiens en ligne, analyse de contenu

#### **4- Analyse des données netnographiques (3 séances)**

- Méthodes d'analyse des données qualitatives en ligne
- Analyse de contenu
- Analyse thématique
- Analyse de réseaux sociaux

**5- Communication des résultats netnographiques ( 2 séances)**

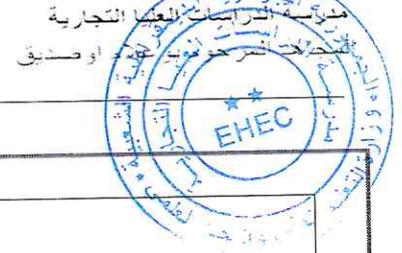
- Présentation des résultats de manière claire et concise
- Utilisation de visualisations pour communiquer les résultats
- Interprétation des résultats
- Applications pratiques de la netnographie

**6- Utilisation de la netnographie pour comprendre les communautés en ligne ( 1 séances)**

- Netnographie dans le marketing en ligne
- Netnographie dans la recherche en sciences sociales

**Modalités d'évaluation**

Nature du contrôle	Pondération en %
Examen	60
Micro – interrogation	
Travaux dirigés	20
Travaux pratiques	
Projet personnel	
Travaux en groupe	
Sorties sur terrains	
Assiduité ( Présence /Absence)	20
Autres ( à préciser)	
<b>Total</b>	<b>100</b>



### Références & Bibliographie

#### Textbook (Référence principale) :

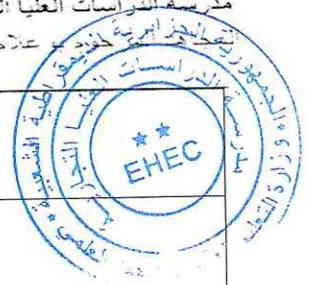
Titre de l'ouvrage	Auteur	Éditeur et année d'édition
Netnography: Redefined	Kozinets, R. V	Sage Publication. 2015

#### Les références de soutien si elles existent :

Titre de l'ouvrage (1)	Auteur	Éditeur et année d'édition
Ethical Decision-Making and Internet Research: Recommendations from the AoIR Ethics Working Committee (Version 2.0).	Markham, A. N., & Buchanan, E.	Association of Internet Researchers. 2012
Titre de l'ouvrage (2)	Auteur	Éditeur et année d'édition
Ethnography for the Internet: Embedded, Embodied and Everyday.	Hine, C.	Bloomsbury Publishing. 2015

### Planning du déroulement du cours

Semaine	Titre du Cours	Date
1ere Semaine	Introduction à la netnographie	
2eme Semaine	Introduction à la netnographie	
3eme Semaine	Éthique de la recherche netnographique	
4eme Semaine	Conception de la recherche netnographique	
5eme Semaine	Conception de la recherche netnographique	
6eme Semaine	Conception de la recherche netnographique	



7eme Semaine	Analyse des données netnographiques	
8eme Semaine	Analyse des données netnographiques	
9eme Semaine	Analyse des données netnographiques	
10eme Semaine	Communication des résultats netnographiques	
11eme Semaine	Communication des résultats netnographiques	
12eme Semaine	Utilisation de la netnographie pour comprendre les communautés en ligne	
	Examen de fin de semestre	
	Examen de rattrapage	

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
République Algérienne Démocratique Et Populaire

Ministère de l'Enseignement Supérieur  
et de la Recherche Scientifique



وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

Ecole des Hautes Etudes Commerciales  
FL Moudjahid Bouafem Oussedik

مدرسة الدراسات العليا التجارية  
المجاهد المرحوم بوعلام أوسديك

N°	Nom et Prénom (etudiant)	Signature
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		
11		
12		
13		
14		
15		

