

Usages des réseaux sociaux et d'autres outils du Web 2.0 par les touristes étudiants

Mise en situation

Des recherches démontrent que, dans de nombreuses industries, incluant le tourisme, plusieurs entreprises utilisent les réseaux sociaux et d'autres outils du Web 2.0 pour exécuter différentes fonctions liées au marketing de leurs produits.

Vous pouvez vous documenter sur cette question en consultant entre autres ces deux études :

1. Réseaux sociaux dans l'industrie hôtelière (<http://eut4115.uqam.ca/html/projets.html>);
2. Les usages du Web 2.0 dans les organisations (<http://www.cefrico.qc.ca/publications/detail-dune-publication/publication/5240/45/>).

À cette première perspective orientée sur les fournisseurs de biens et services, nous souhaitons en ajouter une seconde, orientée sur les consommateurs dans l'industrie touristique, plus précisément sur les touristes étudiants.

Question d'étude

Notre étude vise à :

1. Identifier quels médias sociaux et autres outils du Web 2.0 les touristes étudiants utilisent pour choisir un produit touristique, par exemple une destination, un moyen de transport, un hébergement ou une activité récréative ou culturelle;
2. Connaître les différents usages que font, les touristes étudiants de ces médias sociaux et autres outils du Web 2.0 dans la perspective d'une activité touristique (seront exclus cette étude les autres usages, par exemple les échanges quotidiens sur Facebook);
3. Comparer l'impact sur les touristes étudiants des différents médias sociaux et autres outils du web 2.0 dans le choix d'un produit touristique.

Proposition d'étude

Pour le 7 février, les étudiants doivent préparer une proposition d'étude que chaque équipe présentera au professeur et résumera dans un document de 3 à 5 pages (plus les annexes si requis).

Cette proposition d'étude nécessitera une recherche exploratoire qui pourra inclure l'un ou l'autre, voire tous les éléments suivants :

1. Des entrevues en personne avec quelques touristes étudiants;
2. Un mini-sondage, soit une ou deux questions, réalisé auprès d'un réseau social existant, par exemple un groupe d'amis sur Facebook;

3. Une recherche documentaire d'articles, scientifiques ou autres, ou de travaux (mémoires ou thèses) réalisés par des étudiants.

La proposition d'étude devra inclure :

1. Un cadre théorique pouvant inclure un modèle d'analyse, **SI LA RECHERCHE EXPLORATOIRE A PERMIS D'IDENTIFIER CES ÉLÉMENTS;**
2. Les questionnements spécifiques sur lesquels l'étude devra se pencher, par exemple un problème précis ou des réponses à obtenir à des questions identifiées;
3. Les objectifs précis que l'étude devra viser à atteindre;
4. Une ou plusieurs hypothèses, si les membres d'une équipe ont l'intuition que ces hypothèses pourraient s'avérer exactes;
5. Les informations requises, c'est-à-dire tous les aspects spécifiques à étudier pour répondre aux questions soulevées dans les éléments ci-dessus (ce point est crucial, car les différentes questions du sondage seront formulées en fonction des informations requises identifiées);
6. Les étudiants devront inclure dans leur proposition d'étude les résultats de leur recherche exploratoire et fournir en annexe les documents pertinents, par exemple un article ou les résultats d'un mini-sondage;
7. **SI LES ÉTUDIANTS TROUVENT UN QUESTIONNAIRE QU'ILS JUGENT ADÉQUAT DANS LE CADRE DE LEUR RECHERCHE EXPLORATOIRE,** ils en font état dans leur proposition d'étude et incluent ce questionnaire en annexe.