

Méthodes de recherche appliquée

ECTS : 3

Description du contenu de l'enseignement :

Ce cours enseigne la démarche de recherche, depuis l'élaboration de la problématique jusqu'à la restitution des résultats. Il tient compte des acquis des cours obligatoires de M1 « Enjeux et méthodes de la recherche d'informations » et « Business analytics et statistiques appliquées ».

Dans un premier temps, le cours revient rapidement sur les notions de « revue de la littérature » et « problématique », déjà explorées dans le cours de M1 « Enjeux et méthodes de la recherche d'informations ». Puis, sont présentées et analysées les grandes options épistémologiques et méthodologiques à disposition du chercheur, afin de répondre, sur un terrain d'investigation, à la problématique de la recherche. Les concepts de recherche qualitative, recherche quantitative, induction, déduction, positivisme, interprétativisme ou encore constructivisme, sont abordées. Les grandes méthodes de collecte de données (l'observation, l'entretien, le sondage, l'expérimentation) sont ensuite présentées de manière théorique et pratique. L'analyse des données qualitatives et quantitatives est également abordée, en lien avec les acquis du M1 (dont l'UE « Business analytics et statistiques appliquées »). Enfin, est posée la question de la restitution des résultats, en particulier sous la forme spécifique du « mémoire de recherche » que les étudiant.e.s doivent réaliser en M2.

Le cours comprend cinq séances de cours en amphi et cinq séances de TD. Les séances de TD sont l'occasion d'appliquer sur des exercices et cas les outils de collecte et analyse vus en cours.

Compétence à acquérir :

L'objectif général est de faire des étudiants des producteurs avisés et responsables de connaissances, en qualité d'étudiants devant réaliser un mémoire de recherche et divers travaux universitaires, puis de futurs chercheurs, chargés d'étude, consultants ou cadres d'entreprise.

Plus spécifiquement, l'UE vise les objectifs suivants :

- Savoir appliquer une démarche de recherche pour aborder un sujet
- Problématiser
- Choisir les outils de collecte et d'analyse les plus adaptés compte tenu de l'objectif de l'enquête
- Mettre en œuvre quatre outils : l'observation directe, l'entretien semi-directif, le sondage par questionnaire, l'expérimentation simple
- Evaluer de manière critique une méthodologie d'enquête
- Réaliser un mémoire de recherche
- Savoir utiliser l'IA de manière éthique, pertinente et efficace dans le cadre d'une démarche de recherche

Mode de contrôle des connaissances :

40% contrôle continu (exercice en groupe) 60% partiel final individuel.

Bibliographie, lectures recommandées :

- Arborio A.M. et Fournier P. (2021), L'observation directe, Armand Colin.
- Blanchet A. et Gotman A. (2015), L'entretien, Armand Colin.
- Delacroix E., Jolibert A., Monnot E. et Jourdan P. (dir) (2021), Marketing research. Méthodes de recherche et d'études en marketing, Dunod.
- De Singly F. (2020), Le questionnaire, Armand Colin.

