

MGT 3120		ANALYSES QUANTITATIVES ET QUALITATIVES			
NIVEAU: LICENCE	CREDITS 5	CLASSE :	3EME ANNEE MANAGEMENT	SEMESTRE	S1
VOLUME HORAIRE	42 H COURS		MODALITES DE CONTROLE DES CONNAISSANCES	EXAMEN FINAL :	70%
	21 H TD			CONTROLE CONTINU:	30%

DESCRIPTIF DU COURS

Ce cours va mettre l'accent sur l'importance méthodologique de l'investigation sur terrain, ainsi que les techniques quantitatives et qualitatives de recueil et d'analyse des données.

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

A la fin de ce cours, les étudiants devraient être en mesure de:

- Connaître les règles de base des études qualitative et quantitatives.
- Apprendre les principales méthodes de recherche en sciences de gestion et savoir les utiliser dans le cadre d'une étude de marché globale ou d'un projet de recherche.
- Connaître les principales méthodes de recherche qualitatives et quantitatives
- Apprendre à mener une étude sur le terrain
- Préparer les étudiants aux travaux de fin d'étude (PFE et mémoire).

PRE-REQUIS

- Principes de gestion I et 2
- Fondamentaux du Management
- Des acquis en Statistiques descriptives et probabilités

CONTENU

Chapitre I : Concepts de Recherche en sciences de gestion

Section I : Rôle de la recherche Section II : Processus de recherche

Section III : Typologie des études et des recherches

Chapitre II : Etudes qualitatives

Section I : Principes et typologies des études qualitatives Section II : Etudes de cas

Section III : Entretiens

Section IV : Techniques projectives

Section V : Analyses des données qualitatives

Chapitre III : Etudes quantitatives

Section I : Principes et typologies des études quantitatives Section II : Observation

Section III : Panels

Section IV : Enquête par sondage

Section V : Analyses des données quantitatives

BIBLIOGRAPHIE INDICATIVE

Chirouze Y. (2003), Le marketing : Etudes et stratégies, Ellipses, Paris.

D'Astous A. (2011), le projet de recherche en marketing, 4ème édition, ChenelièreEducation, Québec.

Evrard Y., Pras B. et Roux E. (2003), Market: études et recherches en marketing, Dunod, Paris