

- Faculté des sciences économiques
- www.unine.ch/seco

Méthodologie de la recherche en management (5EN2024)

Filières concernées	Nombre d'heures	Validation	Crédits ECTS
Master en développement international des affaires	Cours: 4 ph	oral: 20 min	6

ph=période hebdomadaire, pg=période globale, j=jour, dj=demi-jour, h=heure, min=minute

Période d'enseignement:

- Semestre Automne

Equipe enseignante:

Professeur : Linda LEMARIE
Bureau no. R 168
Rue A.-L. Breguet 2
CH-2000 Neuchâtel
e-mail : linda.lemarie@unine.ch
Tél. : ++41 (0)32 718 14 53

Assistante : Maria LAGOMARSINO
Bureau no. R 169
Rue A.-L. Breguet 2
CH-2000 Neuchâtel
e-mail : maria.lagomarsino@unine.ch
Tél. : ++41 (0)32 718 14 86

Objectifs:

Ce cours est une initiation aux différentes méthodes utilisées par les chercheurs en management pour produire des connaissances, fondamentales ou appliquées, dans des domaines propres au management. L'accent est mis sur les méthodes quantitatives. Les méthodes qualitatives seront introduites mais leur développement est réservé à d'autres cours du programme. Au terme de ce cours, les étudiants doivent être en mesure de mener à bien un projet de recherche et maîtriser les fondamentaux de la rédaction d'un article scientifique. Les exemples et applications sont en grande partie liés au domaine du marketing mais des ouvertures sur d'autres domaines du management seront effectuées.

Note : Le français et l'anglais seront les deux langues de travail utilisées. Les analyses se feront à l'aide du logiciel SPSS qui devra être installé sur les ordinateurs personnels des étudiants.

Contenu:

- 1- Qu'est-ce que la recherche en management ? Comment définir un objet de recherche ?
- 2- Revue de littérature : Comment lire un article scientifique, comment faire une revue de littérature ?
- 3- Design de la recherche : Comment définir le design de la recherche ? Quelles sont les différentes méthodes de recherche envisageables ?
- 4- La collecte des données quantitatives : enquête et expérimentation
- 5- Méthodes de classification et de structuration
- 6- La Régression linéaire
- 7- L'analyse des données expérimentales : ANOVA-MANOVA
- 8- L'analyse des données expérimentales : Médiation et Modération
- 9- Initiation à la rédaction d'un article scientifique
- 10- Environnement du chercheur et préparation à la présentation orale de la recherche.

Forme de l'évaluation:

- EI :
- Réalisation d'un projet de recherche scientifique : présentation orale de la revue de littérature (mi-session) + présentation orale finale des résultats + rapport écrit final
 - Résumés d'articles de recherche (3 résumés à rendre au cours de la session)
 - Participation durant les séances de cours
 - Examen écrit de deux heures lors du dernier cours du semestre

- Faculté des sciences économiques
- www.unine.ch/seco

Méthodologie de la recherche en management (5EN2024)

Note : Les notes, textes et toute autre documentation ainsi que les objets connectés ne sont pas admis pendant l'examen écrit de fin de semestre.

En cas d'infraction à ces règles, les étudiants sont considérés en situation de fraude et les éléments non admis seront retirés, et l'examen pourra être réputé échoué

En cas d'échec, les étudiants devront passer un examen oral d'une durée de 20 minutes qui comptera pour 100% de la note et portera sur l'ensemble des théories, méthodes, articles et applications discuté en classe. Pour passer l'examen de rattrapage, un rapport de recherche scientifique devra avoir préalablement été remis.

Documentation:

Livre de cours

Thiétart, R. A. (2014). Méthodes de recherche en management-4ème édition. Dunod.

Optionnel :

Gavard-Perret, M. L., Gotteland, D., Haon, C., & Jolibert, A. (2012). Méthodologie de la recherche en sciences de gestion. Pearson Education

D'autres références seront fournies en classe

Pré-requis:

Connaissances de statistique de base pour économistes

Recherche en marketing

Forme de l'enseignement:

Présentation des concepts théoriques, discussions-débats, étude d'articles, mise en pratique, enseignement de type participatif privilégié