

Elaborer et réaliser un projet de recherche

Composante
Institut d'Administration des Entreprises (IAE)

En bref

- # **Méthodes d'enseignement:** En présence
- # **Organisation de l'enseignement:** Formation initiale
- # **Ouvert aux étudiants en échange:** Non

Présentation

Description

En prolongement du cours de Master 1 « *Situer les perspectives de recherche en marketing* », les séances apportent une ouverture sur des recherches récentes en sciences humaines et marketing ainsi qu'une réflexion sur les méthodologies les plus appropriées pour cerner les pratiques de consommation. Les questions des dispositifs marchands et des formes marchandes sont au cœur des enjeux conceptuels.

Objectifs

Ce cours vise à accompagner l'étudiant dans la réalisation d'un premier travail de recherche rigoureux sur une problématique en lien avec le design communication ou le design packaging. Les enseignements d'accompagnement de l'étudiant tout au long du semestre se structurent en trois temps – et trois livrables - afin de le rendre progressivement autonome dans la maîtrise de son projet de recherche et l'aider à structurer et planifier la démarche de réalisation du mémoire de recherche.

Pré-requis obligatoires

L'ensemble des connaissances acquises au cours de la première année de master.

Produire des documents professionnels selon un registre de langage soutenu.

Programme détaillé

Les enseignements d'accompagnement de l'étudiant tout au long du semestre se structurent en trois temps – et trois livrables - afin de l'aider à structurer et planifier la démarche de réalisation du mémoire de recherche. Tout d'abord, apprendre à formuler une problématique précise qui tienne compte des avancées des recherches précédentes et qui résulte de l'identification d'un déficit de connaissances à combler. Ensuite, réfléchir à l'élaboration d'un design de recherche réaliste dans le temps imparti et argumenter les choix méthodologiques qui s'y rattachent afin de s'engager sur le terrain pour produire des données. Enfin, interpréter les données de terrain selon le cadre théorique choisi afin d'en discuter la pertinence et les limites afin d'apporter une contribution à la fois théorique et managériale sur le sujet traité.

Compétences visées

Concevoir les étapes d'un projet de recherche (qualitatif ou quantitatif).

Adapter la méthodologie de recherche à la question de recherche.

Établir une bibliographie commentée et identifier les déficits de connaissances à combler.

Bibliographie

Dumez H. (2011). « Qu'est-ce que la recherche qualitative#? » *Le Libellio d'Aegis*, 7, n° 4-Hiver, p. 47#58.

Dumez H. (2011). « Faire une revue de littérature# : pourquoi et comment#? » *Le libellio d'aegis*, 7, n° 2-Eté, p. 15#27.

Dumez H. (2016). *Méthodologie de la recherche qualitative# : les 10 questions clés de la démarche compréhensive* 2^e édition, Vuibert, Paris.

Kalika M., Mouricou P., Garreau L. (2018). *Le mémoire de master# : piloter un mémoire, rédiger un rapport, préparer une soutenance*, 5^e édition, Dunod, Paris.

Fragnière J.P. (2001). *Comment réussir un mémoire*, Dunod, Paris.

Infos pratiques

En savoir plus

<https://iae.univ-poitiers.fr/>