

Recherche : méthodologie pour le mémoire

Niveau d'étude
Bac +4

Composante
**Institut d'Administration
des Entreprises (IAE)**

Volume horaire
4h

Période de l'année
Semestre 4

En bref

- # **Langue(s) d'enseignement:** Français
- # **Méthodes d'enseignement:** En présence
- # **Organisation de l'enseignement:** Formation initiale, Formation continue
- # **Ouvert aux étudiants en échange:** Oui

Présentation

Description

L'objectif du cours de « Méthodologie à la recherche » est d'aider les étudiants de Master 2 Commerce International à appréhender l'exercice du mémoire de fin d'études. Après avoir rappelé les postures épistémologiques en sciences de gestion, nous évoquerons, dans une première partie, le fond du mémoire (i.e. les étapes du mémoire, l'introduction du mémoire, la revue de la littérature, la méthodologie, les résultats, la discussion et la conclusion), et dans une deuxième partie, la forme académique du mémoire (i.e. les principales qualités d'un mémoire, l'ordre de parution, le contenu des différentes parties et le style du mémoire). Enfin, nous définissons les sujets de mémoires et attribuons les tuteurs. La rédaction du mémoire constitue une part importante du travail de l'année.

Heures d'enseignement

Recherche : méthodologie pour le mémoire - TD

TD

10h

Programme détaillé

"Introduction

PARTIE 1 : LE FOND DU MEMOIRE

1. Les étapes du mémoire
2. L'introduction du mémoire
3. La revue de la littérature
4. La méthodologie
5. Les résultats
6. La discussion et la conclusion

PARTIE 2 : LA FORME DU MEMOIRE

1. Les principales qualités d'un mémoire
2. L'ordre de parution
3. Le contenu des différentes parties du mémoire
4. Le style du mémoire
5. Exemple de page de garde

Compétences visées

- Mobiliser des savoirs hautement spécialisés, dont certains sont à l'avant-garde du savoir dans un domaine de travail ou d'études, comme base d'une pensée originale ;
- Développer une conscience critique des savoirs dans un domaine et/ou à l'interface de plusieurs domaines ;
- Résoudre des problèmes pour développer de nouveaux savoirs et de nouvelles procédures et intégrer les savoirs de différents domaines ;
- Apporter des contributions novatrices dans le cadre d'échanges de haut niveau, et dans des contextes internationaux ;
- Conduire une analyse réflexive et distanciée prenant en compte les enjeux, les problématiques et la complexité d'une demande ou d'une situation afin de proposer des solutions adaptées et/ou innovantes en respect des évolutions de la réglementation ;
- Identifier, sélectionner et analyser avec esprit critique diverses ressources spécialisées pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation.

Bibliographie

- Beretti N. (2012), Le mémoire de master, vite fait bien fait, Editions du Palio, Paris. Bahia Kamilia (2011). Le processus de réalisation d'un mémoire ou d'une thèse en marketing, Éditions L' Harmattan, Paris.
- Dumez Hervé (2013). Méthodologie de la recherche qualitative, Éditions Vuibert, Paris.
- Fenneteau Hervé (2015). Enquête : entretien et questionnaire, Dunod, 3 ème édition, Paris.
- Kalika Michel, Mouricou Philippe, Garreau Lionel (2018). Le mémoire de master, Dunod, 5ème édition, Paris.
- Miles Matthew B., Huberman A. Michael (2003). Analyse des données qualitatives, Éditions De Boeck, 2ème édition, Bruxelles.
- Moschetto Bruno-Laurent (2011). Le mémoire de master, Éditions Économica, Paris.
- Paillé Pierre, Muccielli Alex (2012). L'analyse quantitative en sciences humaines et sociales, Armand Colin, Paris. (Cf. analyse thématique)

Infos pratiques

Lieu(x)

Poitiers-Centre Ville

En savoir plus

<https://iae.univ-poitiers.fr/fr/portail-de-liae>