

MASTER 1 SCIENCES DU MANGEMENT

Titre: Techniques d'enquêtes

Enseignant: ALBERTINI Thérèse

Nbre d'heures : 24 h eq TD (12h C et 6h TD)

Objectifs:

- *Connaître et comprendre les méthodes et techniques d'enquêtes*
- *Savoir mettre en œuvre les méthodes et techniques d'enquêtes*
- *Montrer l'intérêt de l'outil pour une meilleure connaissance d'un marché*

Modalités de contrôle : Contrôle Continue + examen terminal

INTRODUCTION

1. Les études qualitatives

1.1. Principes et avantages/limites

- 1.1.1. Définition
- 1.1.2. Objectifs, Avantages/Limites

1.2. Démarche d'une étude qualitative

- 1.2.1. Objet de la recherche
- 1.2.2. Les méthodes d'études
 - ✓ La discussion de groupe
 - ✓ Les entretiens individuels
- 1.2.3. Les techniques
 - ✓ Les techniques de bases
 - ✓ Les techniques projectives

Question de réflexion : Groupe ou Interview ? Que choisir ?

1.3. Règles pour mener à bien une étude qualitative

1.4. Analyse de données et rédaction du rapport

Exercices (TD)

PROJECTION D'UN FILM SUR L'ETUDE QUALI

2. Les études quantitatives

2.1. Principes et Comparaison étude « quali »/étude « quanti »

- 2.1.1. Définition
- 2.1.2. Comparaison étude qualitative - étude quantitative

2.2. Démarche

- 2.2.1. Objet de la recherche
- 2.2.2. Elaboration d'un questionnaire en fonction des objectifs et hypothèses de la recherche
 - ✓ Les règles sur la structuration d'un questionnaire
 - ✓ Les règles sur la formulation des questions
- 2.2.3. Les techniques d'administration (choix de l'échantillon)
- 2.2.4. Les méthodes de collecte
 - ✓ Enquêtes par Interview
 - ✓ Enquêtes à distance
- 2.2.5. Analyse des données quantitatives et rédaction du rapport d'étude

Complément : Coût d'une enquête

3. Les études permanentes

- 3.1. Les panels
- 3.2. Les enquêtes omnibus
- 3.3. Les enquêtes barométriques

PROJECTION D'UN FILM SUR L'ETUDE QUANTI

BIBLIOGRAPHIE :

Agence pour la création d'entreprises : **Réaliser votre étude de marché.-.-** Les éditions d'organisation, 2007

ALBERTINI T., HELFER J.P., ORSONI J. : **Dictionnaire de Marketing**, Vuibert, 3^{ème} édition, 2008

AURIER P. : **Pratiques des études de marché**, Economica, 2007

CAUMONT D., PINSON C. : **Les études de marché**, Dunod, 2007

COURATIER C., C. MIQUEL C. : Etudes qualitatives, théorie, applications, méthodologie pratique, L'Harmattan, 2007

EVARD Y., PRAS B., ROUX E. : **Market : Etudes et recherche en marketing**, Nathan, 2009.

GIANNELLONI J.L., VERNETTE E. : Etudes de marché, Vuibert, 2012

LEGROS P., LEGROS M. : Etudes de marché : approches socio-marketing, Ellipses, 2009

LEGER-JARNIOU C. : **Réaliser l'étude de marché de son projet d'entreprise**, Dunod, 2^{ème} édition, 2004

MARTIN O. : **L'enquête et ses méthodes**, Armand Colin, 2007

VAN VRACEM P., GAUTHY-SINECHAL M. : **Etudes de marché. Méthodes et outils**, De Boek Université, 2005

VERNETTE E., FILSER M., GIANNELLONI J. L. : **Etudes marketing appliquées**, Dunod, 2008