

## Méthodes qualitatives

**Niveau : M1**

**Volume horaire : 20h**

**Crédit ECTS : 3**

**Nom et Fonction de l'enseignant :** Christine GONZALEZ, Professeur des Universités

### **Objectifs du cours :**

Former les étudiants à la réalisation d'une revue de littérature et d'une analyse documentaire

Former les étudiants à la conduite et l'analyse des entretiens semi-directifs

### **Compétences visées :**

- Analyser les tendances de consommation des clients
- Etablir des recommandations, des perspectives
- Synthétiser et mettre en forme des données pour les présenter
- Analyser, exploiter, structurer des données
- Assister une structure dans l'interprétation et l'analyse d'une étude
- Coordonner le déroulement d'une étude
- Communiquer les résultats des études aux parties prenantes
- Respecter les normes éthiques et de confidentialité

### **Plan du cours :**

I. La revue de littérature

II. Les entretiens semi-directifs

III. Les méthodes inspirées de l'ethnologie et de la sociologie

### **Modalités d'évaluation :**

Projet ; Exposé

### **Bibliographie :**

Giannelloni, J.-L. et Vernet, É. (2019). Chapitre 4. Techniques d'entretien individuel. Études de marché (p. 89-135). Vuibert.

Vernet, É. (2017). Chapitre 2. Conduire une étude qualitative. Techniques d'étude de marché (p. 31-48). Vuibert.

Coordonné par Delacroix, E., Jolibert, A., Monnot, É. et Jourdan, P. (2021). Marketing Research : Méthodes de recherche et d'études en marketing. Dunod.

<https://doi.org/10.3917/dunod.delac.2021.01>.

Thiétart, R.-A. (dir.) (2014). Méthodes de recherche en management. (4e éd.). Dunod.

<https://doi.org/10.3917/dunod.thiet.2014.01>.