



# Méthodologie de recherche en sciences de gestion

*Rachid Alami*

*Post Graduate diploma Management MIT Boston*

*Doctorate in Management Sciences Paris Dauphine University*

*MBA Paris Dauphine*

*Master of Sciences IT School of Engineering Montreal*

Rachid Alami @ 2010

# Plan de cours

---

**Introduction à la recherche scientifique**

**Théorie et approche méthodologique**

**Les principaux auteurs**

**Le paradigme**

**Définition**

**Posture paradigmatique**

**La démarche scientifique en trois étapes :**

**Observation → Hypothèse → Expérience**

**Le dispositif expérimental**

**Le mémoire de master**

**La typologie des mémoires**

**Le pilotage du mémoire**

# La recherche scientifique

---

- ➔ Mener une recherche scientifique :  
Apporter une réponse basée sur des faits  
(= approche empirique)
- ➔ L'empirisme privilégie l'expérience ou  
l'observation comme méthode de validation (des  
théories, des hypothèses, ...).



# La recherche scientifique

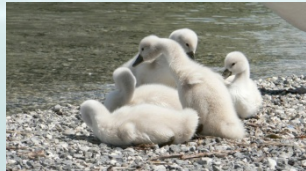
---





# La recherche scientifique

---



Observation



Tous les cygnes que je  
vais vu sont blancs



Est-ce que TOUS les cygnes  
sont blancs ?

# La recherche scientifique

---

→ La présente observation ne dit rien des observations à venir. Il reste toujours possible qu'une seule observation contraire (« J'ai vu passer un cygne noir ») invalide la proposition générale.



→ La proposition « Tous les cygnes sont blancs » est une conjecture scientifique. Si j'observe un cygne noir, cette proposition sera réfutée. C'est donc la démarche de conjectures et de réfutations qui permet de faire croître les connaissances scientifiques.



# La recherche scientifique

Mais enfin, je ne trouve aucun élément sérieux démontrant une quelconque efficacité des vaccins !

Chut !...  
Il suffit d'avoir la foi !



# La recherche scientifique

---



« La théorie est l'hypothèse vérifiée après qu'elle a été soumise au contrôle du raisonnement et de la critique. Une théorie, pour rester bonne, doit toujours se modifier avec le progrès de la science et demeurer constamment soumise à la vérification et la critique des faits nouveaux qui apparaissent. Si l'on considérait une théorie comme parfaite, et si on cessait de la vérifier par l'expérience scientifique, elle deviendrait une doctrine»

Claude Bernard (1813-1878)

Claude Bernard définit la démarche scientifique en trois étapes :

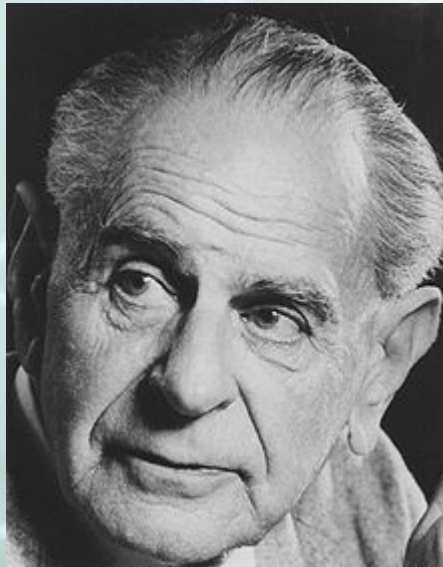
Observation → Hypothèse → Expérience



# La recherche scientifique

---

## Karl Popper



(1902-1994)

S'interroge d'abord sur la place de l'induction dans la découverte scientifique : toutes les sciences sont basées sur l'observation du monde. Comme cette observation est par nature partielle, la seule approche possible consiste à tirer des lois générales de ces observations

# L'approche paradigmatique

---

→ Un scientifique travaille à l'intérieur d'un paradigme, à savoir un ensemble de théories, de méthodes, de résultats acquis, de présupposés..., partagés par une communauté de scientifiques qui travaille sur un domaine spécifique



# L'approche paradigmatique

---

→ *Paradigme*: terme épistémologique pour désigner un modèle de pensée dans des disciplines scientifiques.



Grille de lecture qui permet l'interprétation de données par la mobilisation d'outils théoriques spécifiques.

# La recherche scientifique

---

## 1. L'observation

- Occasionnelle et systématique
- Naturaliste et clinique
- L'observation obéit aux principes de la perception. L'observateur sélectionne et interprète les données



# La recherche scientifique

---

## 2. L'hypothèse

- Une hypothèse n'est pas une suggestion aléatoire concernant la survenue d'un événement mais une affirmation claire sur ce que l'on s'attend à obtenir, observer, mesurer, constater.
- Hypothétique que parce que nous ne savons pas, à l'avance, si elle sera vérifiée ou pas mais cela reste une affirmation par anticipation
- Induite et déduite

# La recherche scientifique

---

## 3. L'expérience

Expérimenter c'est "intervenir activement pour réaliser les conditions nécessaires à la vérification des hypothèses relatives aux causes ou aux propriétés des phénomènes étudiés" (Ghiglione & Richard p.273).

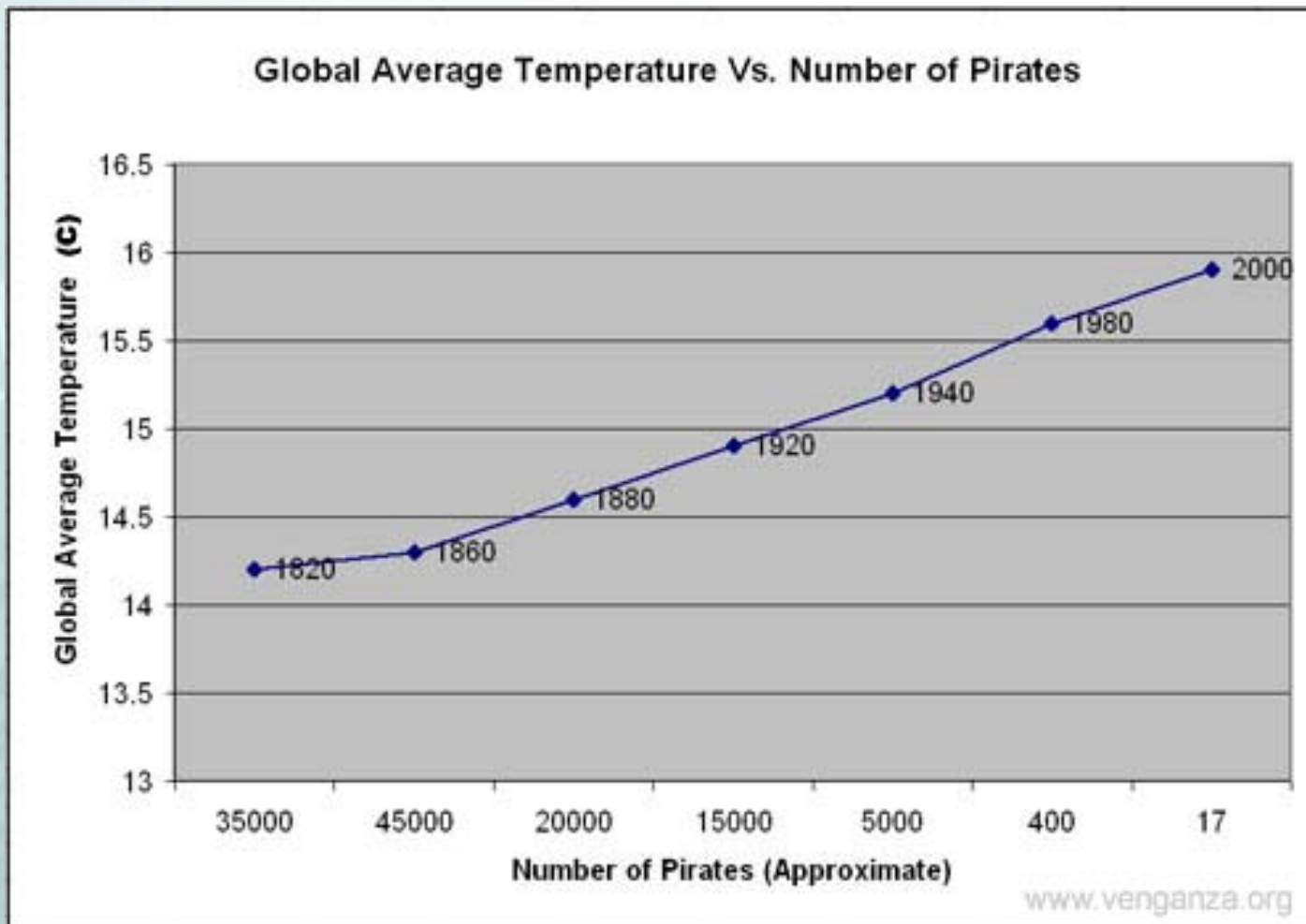
"L'expérience n'est au fond qu'une observation provoquée" (Claude Bernard)





# La recherche scientifique

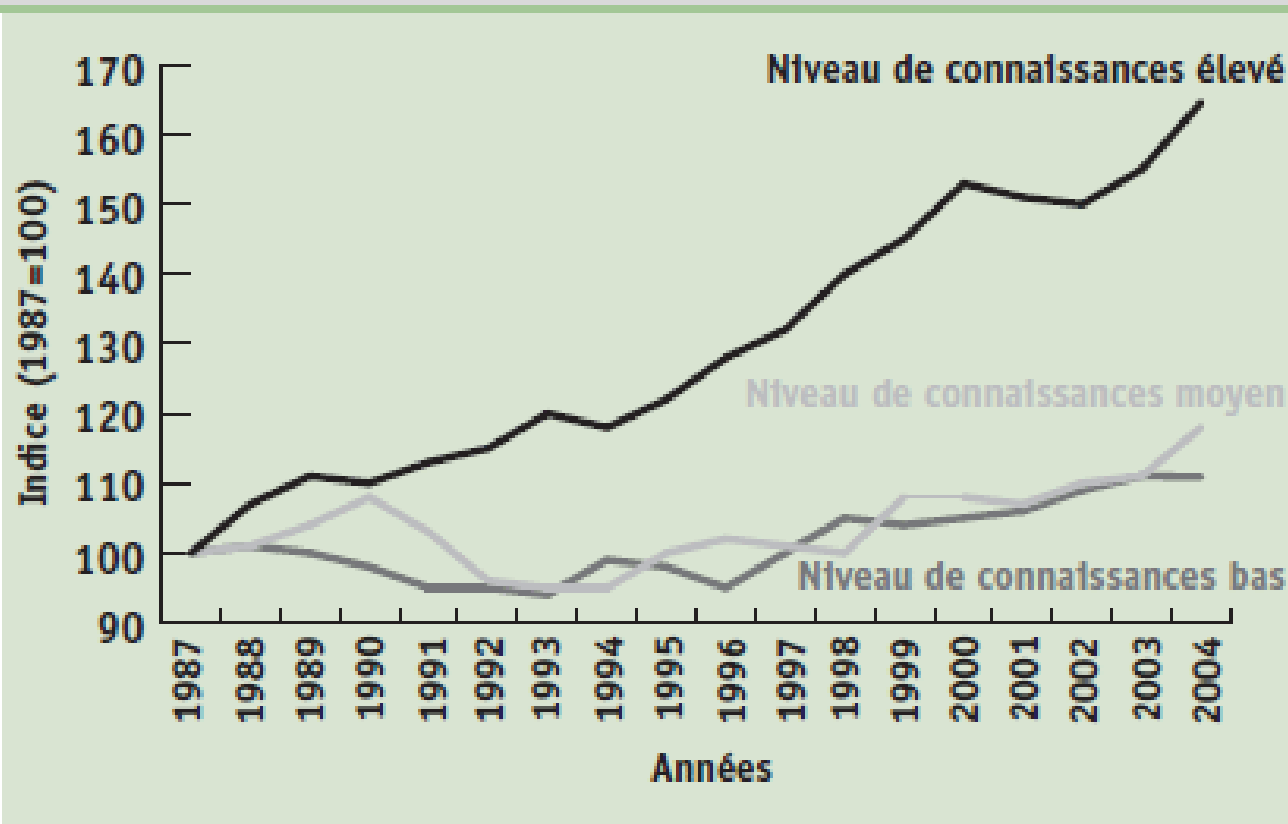
## Corrélation ou causalité ?



# La recherche scientifique

## Corrélation

France : Corrélation entre création d'emploi et niveau de formation



# Les étapes d'une recherche

---

## 1. Principes généraux

Etude scientifique :

Question : "Pourquoi devrais-je vous croire ?"

Réponse du chercheur : "Voilà ce que j'ai fait et ce que j'ai observé. Vous pouvez faire la même chose, et vous arriverez aux mêmes conclusions." (Ghiglione & Richard, 1992)

Caractère public, reproductible et communicable

La généralisation : L'intérêt du chercheur n'est pas de savoir ce qui se passe ici et maintenant, mais de savoir ce qui pourrait se passer sur d'autres individus, sous d'autres conditions et en d'autres moments



# Les étapes d'une recherche

---

Nécessité de procéder par étapes, chacune précisant la précédente pour structurer le raisonnement

1. La question de départ
2. L'exploration
3. La problématique et l'hypothèse
4. La construction du dispositif d'observation
5. L'observation ou recueil de données
6. L'analyse des données
7. Discussion

# Les étapes de méthode expérimentale de recherche

---

## 1. La question de départ

- **Objectif :**

- Se donner un but à atteindre

- **Sources :**

- Demande sociale

- Observations occasionnelles

- Résultats antérieurs

# Les étapes de méthode expérimentale de recherche

---

## 2. L'exploration

- **Objectif :**

- Préciser la question

- **Sources :**

- Analyse bibliographique

- Entretiens exploratoires

- Observations exploratoires

- Description objective de la situation



# Les étapes de méthode expérimentale de recherche

---

## 3. La problématique et hypothèses

- Objectif :

- Définir l'approche théorique adoptée

- Trois temps :

1. Répertoire des approches du problème

2. Sélectionner (ou construire) une problématique

3. Préciser la problématique adoptée : Poser et justifier l'hypothèse générale (directrice). C'est - à - dire Prévoir des relations entre faits observables qui confirment ou non la théorie.

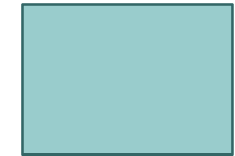
# Les étapes de méthode expérimentale de recherche

---

## 4. Construction d'un dispositif expérimental

- Imaginer une situation dans laquelle un facteur (la condition) varie et fait varier à lui seul un comportement donné (effet).

« toutes choses étant égales par ailleurs »



Une hypothèse ? Expérience, observation, questionnaire, méthode clinique

# Les étapes de méthode expérimentale de recherche

---

## 4. Construction d'un dispositif expérimental

### Variables.

#### Variable Dépendante (VD)

- Comportement que l'expérimentateur observe.
- Il varie en fonction de la VI

#### • Variable Indépendante (VI)

- Facteur que l'expérimentateur fait varier

#### • Variable Parasite (VP)

- Facteur que l'expérimentateur neutralise ou contrôle



# Les étapes de méthode expérimentale de recherche

---

## Le dispositif expérimental

- Exemple d'opérationnalisation d'une variable

Hypothèse générale :

*Plus les sujets jugent une tâche intéressante, plus ils participent à cette tâche.*

Procédure envisagée :

Comptabiliser le nombre d'étudiants qui répondent à une offre de participation à une expérimentation en laboratoire

VD Participation à la tâche :

Indicateur NB d'étudiants se proposant pour participer à une expérience

# Les étapes de méthode expérimentale de recherche

---

## Le dispositif expérimental

VI : Intérêt pour la tâche

2 modalités :

- Forte
- Faible

Opérationnalisation : Thèmes annoncés de l'expérience

2 modalités :

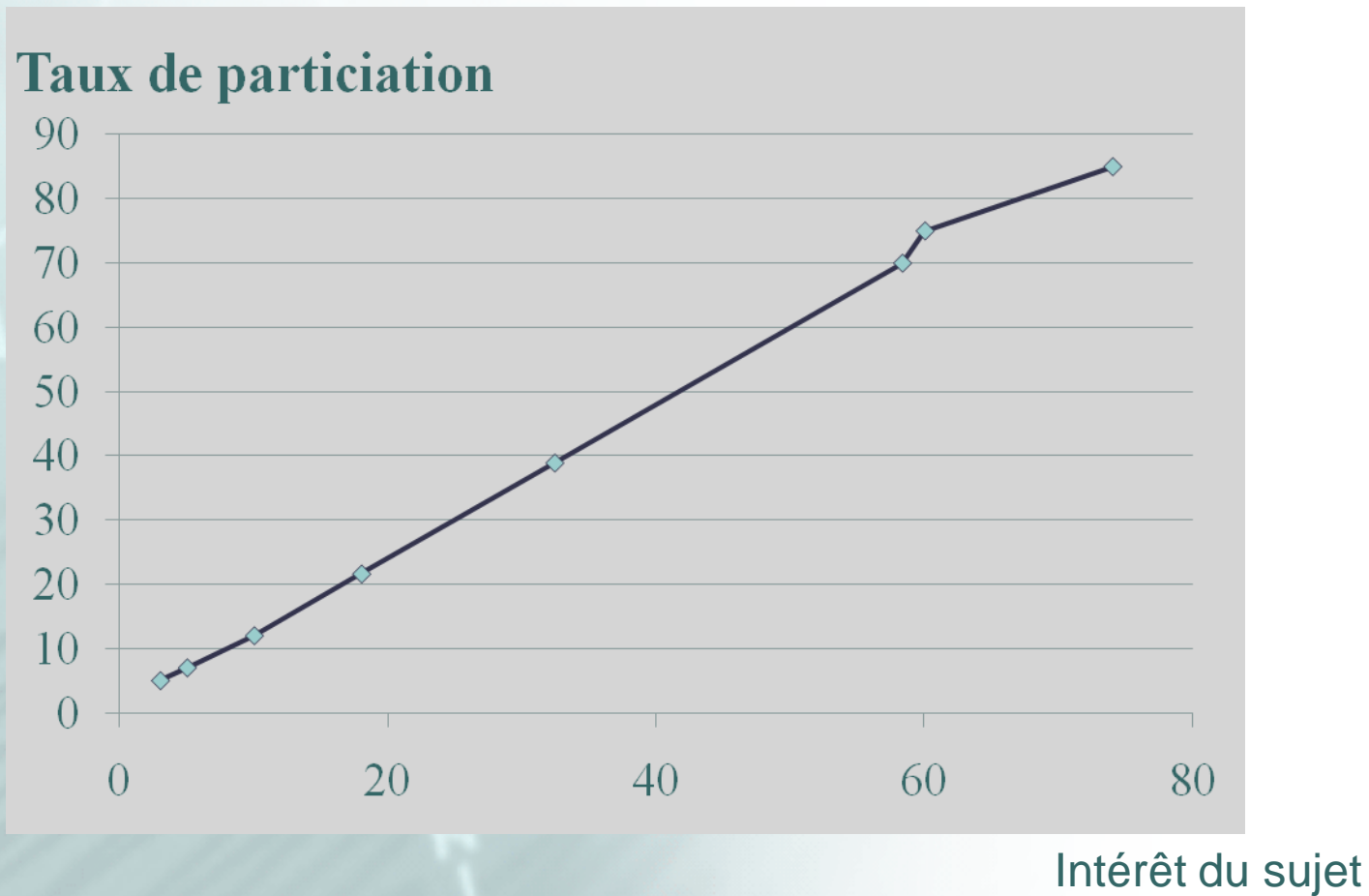
- Thème 1 : L 'effet du rire sur la santé physique
- Thème 2 : L'effet secondaire de la prise de médicaments

Hypothèse opérationnelle :

*Il y aura plus d'étudiants qui se proposeront pour participer à une expérimentation sur le thème 1 que pour une expérimentation sur le thème 2*

# Les étapes de méthode expérimentale de recherche

---





# Les étapes de méthode expérimentale de recherche

---

## Le dispositif expérimental

### Variables Indépendantes

- Variables provoquées et invoquées
  - La variable provoquée est manipulée par l'expérimentateur
  - La variable invoquée (ou étiquette) correspond à des phénomènes existants (ex : caractéristiques des sujets)

### Variables indépendantes confondues

- Pour conclure que la VI affecte la VD, il faut éviter que les modalités de la VI étudiée recouvrent les modalités d'une autre VI cachée.

# Les étapes de méthode expérimentale de recherche

---

## Le dispositif expérimental

Exemple de variables indépendantes confondues

–Hypothèse : L'apprentissage de l'arithmétique dépend de la méthode pédagogique.

–Procédure : Trois enseignants formés à l'une des méthodes pédagogiques.

Chaque enseignant prend une des trois classes différentes.

–Résultat : La performance varie d'une classe à l'autre.

VI confondues : caractéristiques individuelles des enseignants, Niveau des classes, ...

# Le mémoire de master

---

- Qu'est ce qu'un mémoire de Master ?
  - ✓ Objectifs pédagogiques du mémoire
  - ✓ Critères d'évaluation
  - ✓ Différences avec un rapport de stage
  - ✓ Aspects formels
  - ✓ Suivi
- Les grandes étapes de l'élaboration d'un mémoire, les problèmes à résoudre



# Le mémoire de master

---

## Les compétences générales à la conduite du mémoire

- Capacité à passer des connaissances acquises en cours aux applications et implications managériales
- Mobilisation des connaissances. Restitution des parties de cours dans le mémoire
- Capacité d'appropriation d'outils et grilles d'analyse et non leur récitation
- Capacité à intégrer différents enseignements et modules pédagogiques

# Le mémoire de master

---

## Les compétences générales à la conduite du mémoire

- Capacité à apporter à l'entreprise une contribution concrète
- Capacité à piloter un projet dans sa globalité
- Capacité à réaliser un travail personnel

## TYPOLOGIE DES MÉMOIRES.

Type de mémoire	Objectif principal	Filière	Étudiant concerné
Mémoire de stage	Rendre compte d'un stage et de la mission confiée au stagiaire	Master professionnel	Formation initiale
Mémoire de projet professionnel	Réaliser un projet professionnel mobilisant les connaissances acquises dans un ou plusieurs cours	Master spécialisé, MBA	Formation initiale et formation continue
Mémoire de projet d'intégration	Réaliser un projet transversal mobilisant les connaissances dans plusieurs cours	MBA	Formation continue
Mémoire de recherche	Réaliser un travail personnel lié à un projet de recherche conceptuel	Master recherche (DEA)	Formation initiale et formation continue



## CARACTÉRISTIQUES DES MÉMOIRES.

Type de mémoire	Critère d'appréciation	Trait dominant	Réalisation	Volume indicatif
Mémoire de stage	Capacité à décrire le déroulement du stage, à prendre du recul, à formuler des critiques et des propositions	Plutôt descriptif	Individuelle	Une quarantaine de pages
Mémoire de projet professionnel	Véritable mission avec un objectif précis, ce mémoire est apprécié par rapport à la capacité de l'étudiant à mobiliser des connaissances d'un domaine et à les appliquer dans le cadre d'une mission	Descriptif et normatif	Individuelle	50 à 70 pages
Mémoire de projet d'intégration	Capacité d'un groupe d'étudiants à mobiliser et à appliquer des connaissances généralement dans un contexte international	Descriptif et normatif	En groupe	70 à 100 pages
Mémoire de recherche	Capacité à analyser, à trouver, à synthétiser une littérature pertinente, à définir une problématique, à mener une investigation empirique, à commenter les résultats	Conceptuel et empirique	Individuelle	60 à 120 pages

# Objectifs pédagogiques du mémoire

- Creuser un sujet en lien avec sa mission en entreprise
  - Prendre de la hauteur par rapport à sa mission, l'enrichir d'un point de vue théorique (littérature)
  - Apporter une valeur ajoutée pas uniquement opérationnelle à l'entreprise
  - Vivre sa soutenance comme une mise en situation professionnelle

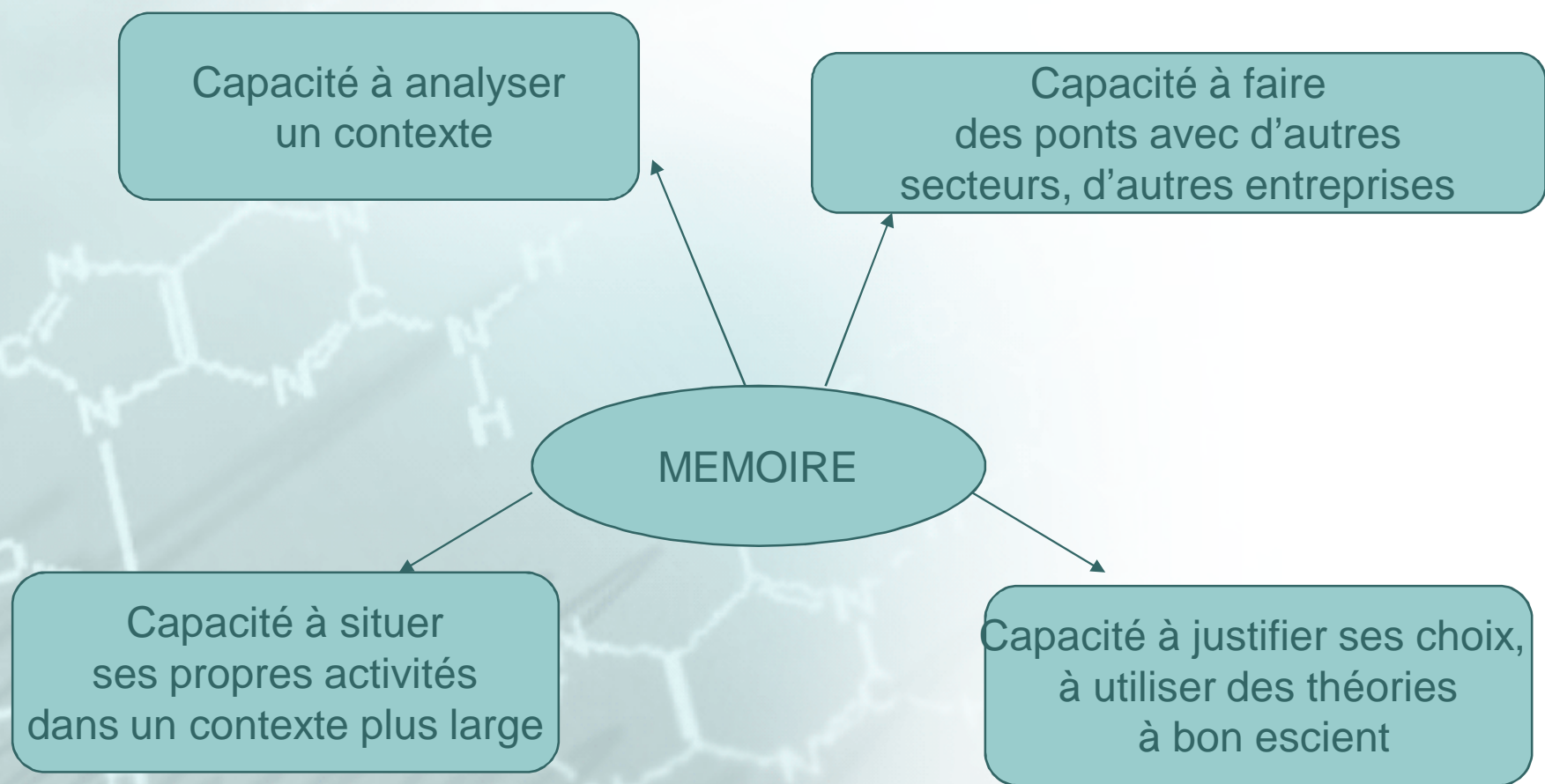


# Critères d'évaluation

---

- La forme
- La problématique
- La maîtrise des concepts mobilisés
- L'articulation des idées et le plan
- La qualité et la citation des sources
- La capacité de synthèse (introduction, conclusion) et d'ouverture
- Les liens Théorie-Pratique





## Différences avec un rapport de stage

- Un mémoire n'est pas descriptif, il est analytique
  - Missions en entreprise en annexe, la mission en entreprise fournit la problématique mais elle n'est pas une problématique en soi
- Une problématique est une **question** liée à un problème de gestion au sens large (management, contrôle de gestion, marketing...)

# Ceci est un rapport de stage

## Ceci est un mémoire

---

- Stage chez ABC
  - Présentation de l'entreprise et mission
    - ABC : présentation de l'entreprise
    - Ma mission
  - Les différents types de stratégie marketing
  - La gestion des points de vente chez ABC
  - Les limites et avantages du mix marketing chez ABC
  - Conclusion : une future dimension internationale pour ABC
- Stage ABC: Présentation de l'entreprise
- Les différents types de stratégie marketing
  - Méthodologie, limites et avantages
- Distribution : principales évolutions
  - Le e-commerce
  - Le trade marketing et le category management
- Quels panels pour demain ?
  - Les e-panels
  - Un pilotage de la performance pertinent ?
  - Quid de l'expérience client ?
  - Les différentes stratégies des acteurs
- Conclusion : Nouvelle distribution perspectives



# Aspects formels

---

- Le tuteur (l'enseignant ou l'encadrant)
  - Vous aide dans la définition et la formulation de la problématique qui est également validée par le responsable pédagogique
  - Vous aide dans la constitution du plan
  - Vous donne des idées de sources documentaires et d'apports théoriques
- **Il n'est pas là pour relire votre mémoire avant remise.**
- **L'autonomie est un critère d'appréciation du mémoire.**
- **Le choix du tuteur est de la responsabilité du responsable pédagogique (lien avec le sujet) et intègre dans la mesure du possible les souhaits de l'étudiant**

# Aspects formels

---

## Vos objectifs personnels

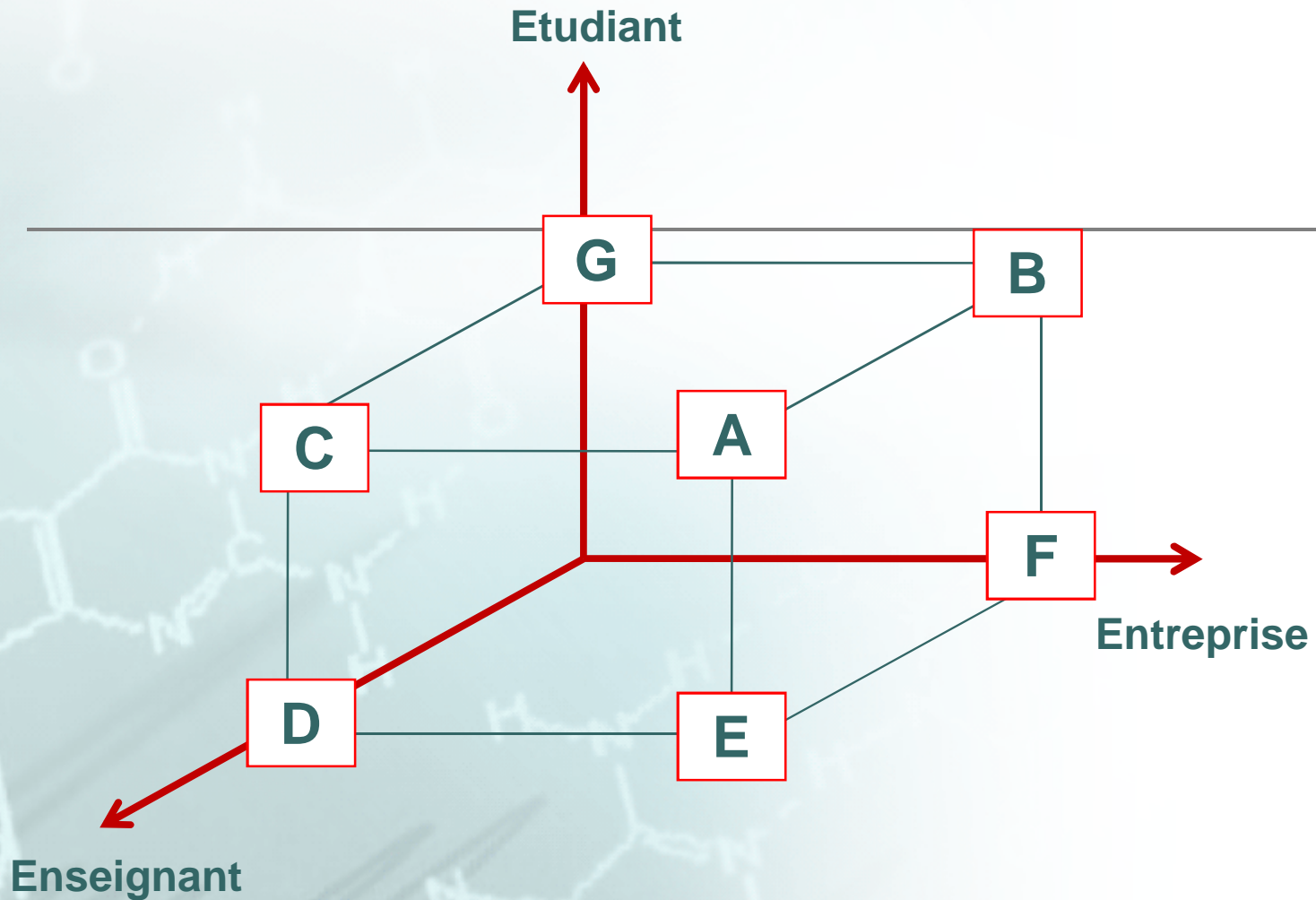
- Concrétisation de la fin d'un cycle d'études
- Passage de la vie académique au monde du travail (présélection avant embauche)

## Les objectifs de l'enseignant

- Preuve du bénéfice que l'étudiant a tiré de son stage et des enseignements
- Qualité de la présentation
- Démontrer une vraie valeur ajoutée (avant/après)

## Les objectifs du responsable de l'entreprise

- Lui fournir des informations pertinentes
- Mettre au service de l'entreprise ses connaissances acquises et ses capacités intellectuelles
- Recruter



**Les plus courantes : B; C; E**

**B : Mémoire bâcler mais travail bien fait → Embauche**

**C : Mémoire trop théorique ou pas assez proche de la problématique**

**E: Cas très rare pour pas dire inexistant**



# Les grandes étapes de l'élaboration d'un mémoire

---

- Le choix du sujet
- La formulation de la problématique
  - Le recueil des données
  - Mixer théorie et pratique
  - La rédaction et la finition
- La préparation de la soutenance

# Le choix du sujet

---

- Il doit permettre
  - De mettre en œuvre des outils étudiés en cours
  - Montrer vos capacités d'analyse et de décision (conseil)
  - Apporter de nouveaux angles de développement
  - Vous intéresser
  - Intéresser votre entreprise (prévoir parfois deux documents dont un à vocation plus managériale)
  - En faire un support de valorisation personnelle

# Le choix du sujet

---

- Mission principale = le fondement de votre problématique
  - Attention à ne pas retomber dans le « syndrome » du rapport de stage
    - Exemple : décrire les résultats d'une étude marché à laquelle vous avez participé **n'est pas une problématique**
    - **Problématique possible** : *Comment intégrer les résultats d'une étude qualitative dans le développement d'un produit ?*



# Le choix du sujet

<b>Critères</b>	<b>Evaluation sujet 1</b>	<b>Evaluation sujet 2</b>	<b>Evaluation sujet 3</b>
<b>Originalité du sujet</b>			
<b>Relation avec les études suivies</b>			
<b>Intérêt personnel</b>			
<b>Intérêt professionnel</b>			
<b>Intérêt des enseignants</b>			
<b>Proximité physique</b>			
<b>Faisabilité temporelle</b>			
<b>Faisabilité de la collecte de données</b>			
<b>Faisabilité matérielle</b>			
<b>Faisabilité conceptuelle</b>			
<b>Faisabilité de la diffusion des résultats</b>			

# La problématique

## Le fil rouge du mémoire

---

- Votre problématique doit être le fil conducteur de votre mémoire
- La structure doit être construite en fonction de ce que vous souhaitez démontrer
- Le plan ne peut être élaboré qu'après une bonne appréciation du sujet et de la recherche documentaire

## La problématique

### Le fil rouge du mémoire

## Influencer nos sens : une nouvelle piste pour favoriser la décision d'achat

---

On a beaucoup parlé de marketing sensoriel ces derniers mois. Au-delà du phénomène de mode, diverses expériences scientifiques ont en effet prouvé l'impact de « l'**atmospheric** » selon le terme anglo-saxon et que l'on pourrait traduire par **L'ambiance sensorielle**.

**L'utilisation des couleurs** agréables affectent favorablement les comportements d'achat. Ainsi une musique ou une lumière forte peuvent encourager la consommation dans certaines circonstances.

**Le style de musique** employé peut aussi produire des effets intéressants. Ainsi la diffusion de musique classique chez un antiquaire a suscité l'achat de produits plus prestigieux et donc plus chers. Il semblerait que la musique agisse comme un signal externe du comportement à adopter.

**Le tempo de la musique** influence aussi la cadence des clients. Plus il est lent, plus il augmenterait les ventes (jusqu'à 38 % selon l'étude de Milliman, 1982). Sur Internet une musique stimulante favoriserait une meilleure mémorisation (étude Guéguen et Jacob, 2004).

**Les odeurs familières** (poulet rôti, chocolat...) jouent aussi sur nos envies de salé ou sucré, tandis que **les couleurs (froides ou chaudes)** modifient notre perception d'un goût ou d'une sensation. Autant de leviers qu'il est possible d'actionner pour déclencher la décision d'achat !



# La problématique

## En quoi « l'atmosphérique » peut-il influencer sur le comportement d'achat?

---

- **Stratégies marketing globales :**
  - Rappel des principales théories marketing liées à l'influence des sens
  - Les stratégies observées dans la distribution et leur résultat
  - Avantages concurrentiels
  - Limites et application de « l'atmosphérique » (culturelle, technique,..)
- **L'évolution stratégique de ABC, la recherche d'un avantage concurrentiel durable**
  - Culture d'entreprise et stratégie marketing
  - Application et résultats
  - Pistes d'amélioration

# La problématique

## Autres exemples

---

- Les TIC vont-elles tayloriser les ressources humaines ?  
l'exemple de Tempo RH
- Gratuité : quel impact sur les politiques marketing des entreprises ?
- Vers un nouveau ROI sur Internet, implications pour l'achat d'espace
- Les marques de niche : marketing ou « anti-marketing » ?
- B to B ou B to C, comment concilier ces deux stratégies au sein d'une même société ?
- L'utilisation du marketing olfactif est-elle pertinente ?
- MDD, vraies marques ou marques d'opportunité ?
- Achat et redécouverte du local : quels enjeux sur l'organisation ?

PLANNING DE SUIVI DU MÉMOIRE.

Étapes	Prévu		Réalisé	
	Date début	Date fin	Date début	Date fin
Définition du sujet				
Recherche documentaire, collecte de l'information				
Temps de lecture des documents collectés				
Définition des objectifs du travail, de la problématique ou des questions de recherche				
Définition du plan du mémoire				
Validation par le(s) tuteur(s)				
Collecte des données, enquêtes de terrain				
Traitement des données collectées				
Interprétation des résultats				
Rédaction – chapitre 1 – chapitre 2 etc. – conclusion – introduction – résumé managérial – bibliographie – annexes – table des matières etc.				
Vérification et mise à jour de la documentation collectée				
Relecture par vous-même				
Relecture et vérification de la forme (par un tiers éventuellement)				
Validation par le(s) tuteur(s)				
Tirage du document				
Vérification de chaque exemplaire				
Envoi ou dépôt des exemplaires du mémoire				
Préparation de la soutenance orale				



---

**FIN DU COURS  
METHODOLOGIE DE  
RECHERCHE**