

كلية العلوم الإقتصادية، التجارية و علوم التسيير
Faculté des sciences économiques, commerciales et des sciences de gestion
Réf N° 04 /CSF/21

Extrait du P.V du Conseil Scientifique de Faculté

N° 05/21 du 06 Juillet 2021

Le Conseil Scientifique de la Faculté émet un avis favorable à la demande de publication d'un polycopié de cours de M^{me} HAMOU Nadia, MC « A », enseignant(e) au département des sciences de Gestion; Université d'Oran2 portant sur :

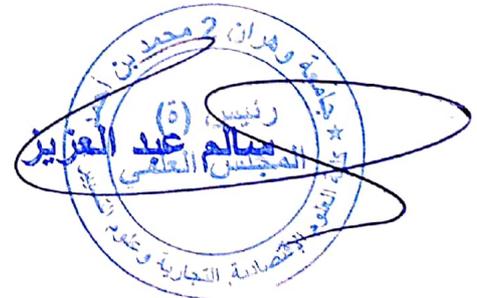
«Cours de méthodologie de la recherche»

Expert1: AIT HABOUCHE MIHOUB Ouahiba -Pr-université d'Oran 2

Expert2: YAGOUB Mohamed-MCA- université de Mascara

Le Président du conseil scientifique

Professeur Abdelaziz SALEM



Université Oran2 Mohamed Ben Ahmed
Faculté des sciences économiques, commerciales et des sciences
de gestion



Cours de Méthodologie de la recherche

Polycopié pour les étudiants en Master 1
" Ressources Humaines et Communication "

HAMOU Nadia
Maitre de conférences A,
Université Oran 2.



د. د. ميهوب آيت حبوش وميهوب

2020- 2021

Sommaire

Partie 1. Le mémoire de fin d'étude, sa forme et ses composantes

1. Le mémoire de fin d'étude
2. La phase "avant rédaction"
3. La forme et les différentes parties d'un mémoire
4. La rédaction : le contenu de chaque partie du mémoire

Partie 2 : Le triangle « Sujet, problématique et cadre théorique »

1. Le sujet de mémoire : Critères de choix et pertinence
2. La formulation de la problématique et des questions de recherche
3. La rédaction du cadre théorique

Partie 3. Le cadre méthodologique de l'étude empirique

1. L'étude empirique : définitions et types
2. Les techniques pour mener une étude empirique
3. Mener une étude empirique avec une méthodologie de recherche
4. La méthodologie de l'étude empirique
5. Méthodologie d'une étude empirique : exemple détaillé étape par étape
6. L'Analyse des résultats d'une enquête
7. La rédaction des résultats de recherche :

Partie 4. L'échantillonnage dans les études quantitatives et qualitatives

1. Échantillonnage
2. Étude quantitative : définition, techniques, étapes et analyse
3. Étude qualitative : définition, techniques, étapes et analyse

Partie 5 : Les règles de conception d'un bon questionnaire

1. Les étapes de conception d'un questionnaire :
2. Les rubriques composant le questionnaire
3. Les types de questions
4. Principes de formulation des questions

Introduction

Ce polycopié est adressé aux étudiants de 1ere année master "Ressources Humaines et Communication", il a pour objet d'aider les étudiants en sciences sociales, toutes spécialités confondues, à préparer leur mémoire et de leur convaincre de l'intérêt d'une telle préparation. Ce document a été conçu sous forme d'un guide qui facilite la rédaction des travaux de fin d'études depuis le choix du sujet et du directeur de recherche jusqu'à la présentation des résultats. Il se divise en cinq parties qu'il convient de parcourir selon cet ordre pour profiter au maximum de ses apports.

Une partie "avant rédaction" qui permet de planifier son mémoire et de connaître ses différentes composantes afin d'économiser du temps et produire un contenu de qualité.

La deuxième partie se focalise sur les critères de choix du sujet et la formulation de sa problématique tout en mettant l'accent sur le cadre théorique et comment le rédiger.

La troisième partie quant à elle est consacrée à l'étude empirique, sous divers aspects : sa définition, ses techniques ou encore sa méthodologie. Le but de cette partie est de montrer à tous ceux qui sont amenés à faire une étude empirique qu'il vaut la peine de consacrer une bonne partie de son temps pour la préparation méthodologique avant d'entamer les investigations et les analyses des informations ainsi recueillies.

La quatrième partie permet d'expliquer à l'étudiant comment et sur quelle base peut-on choisir son échantillon et avec quelle méthode de collectes d'informations.

Enfin, une attention particulière sera donnée à la rédaction du questionnaire vu son utilité pour les travaux de la plupart des étudiants.

Partie 1. Le mémoire de fin d'étude, sa forme et ses composantes

Dans cette partie nous verrons les points suivants :

- 1. Le mémoire de fin d'étude**
- 2. La phase "avant rédaction"**
- 3. La forme et les différentes parties d'un mémoire**
- 4. La rédaction : le contenu de chaque partie du mémoire**

1. Le mémoire de fin d'étude

Dans un sens plus précis, « un mémoire est un document ... réalisé dans le cadre d'un processus de formation par une ou plusieurs personnes, sur un sujet proche du champ d'étude choisi et dans une perspective qui s'efforce de tenir compte des règles de l'activité scientifique » (Fragnière, 2016).

C'est un travail qui a pour objet d'apporter une réponse argumentée à une problématique sur un sujet précis. Il représente un travail de réflexion qui permet :

- De démontrer sa capacité à effectuer et à rédiger un projet de recherche.
- De développer et appliquer une pensée critique, originale et utiliser des compétences de recherche et de méthodologie.

1.1. Motifs de rédaction d'un mémoire de fin d'études

Le mémoire de licence peut être rédigé pour plusieurs raisons (Fragnière, 2016) :

- **Par nécessité** : c'est la nécessité qui, le plus souvent, commande la rédaction d'un mémoire. Les règlements le prévoient ; Le mémoire est souvent intégré au cursus et représente un certain nombre d'unités ECTS. C'est souvent le dernier obstacle à maîtriser pour obtenir un diplôme.

- **Par plaisir** : Le plaisir est souvent discret au commencement du travail ; il émerge et s'installe lentement en cours de réalisation. Faire un mémoire peut être la source de profondes satisfactions : découvertes intellectuelles, enrichissement personnel, stimulante expérience de collaboration. Sans doute en parle-t-on trop peu ; assouvir une curiosité intellectuelle, c'est aussi une occasion de se réjouir.

- **Pour réaliser une expérience de travail intellectuel** (approfondie et autonome) : Un des objectifs pédagogiques d'un mémoire est de démontrer la capacité de l'étudiant à formuler lui-même un problème de recherche, à maîtriser la littérature spécifique, à concevoir et à appliquer des méthodologies, à réaliser un document pour décrire son travail.

- **La réalisation d'un mémoire est une activité qui permet d'apprendre plusieurs choses.** Dans la mesure où il permet d'apprendre à ordonner ses propres idées et à les formuler d'une manière compréhensible par autrui, le mémoire est incontestablement un lieu d'apprentissage fécond. En outre, et indépendamment du thème traité, ces savoirs et ce savoir-faire maîtrisés sont utiles pour l'activité professionnelle. Il est donc une clé pour votre entrée dans la vie professionnelle ;

- **Pour apporter une contribution à la connaissance d'un secteur de la réalité sociale** : Ce n'est sans doute pas l'objectif central d'un mémoire. Cependant, on connaît si peu de choses dans le domaine social et il y a tant de chose à défricher, à découvrir et à analyser. Le plus souvent, le mémoire peut apporter une contribution significative à la découverte d'un domaine.

- **L'intensité de la vie émotionnelle liée à la réalisation d'un mémoire** : Pourquoi faire un mémoire ? Nous venons de rappeler quelques raisons de conduire une telle entreprise. En fait, chacun se débrouille avec ses raisons d'agir. Cela dit, on constate que l'étape de réalisation du mémoire est marquée par de multiples émotions : on craint cette période où on l'attend avec impatience, on en parle beaucoup ; souvent, celui qui écrit un mémoire est considéré avec une attention curieuse. Il arrive qu'il soit entouré d'égards. Et il y a les moments d'échec, de blocage, d'hésitation et d'incertitude.

1.2. Phases de réalisation d'un mémoire de fin d'études :

Plusieurs étapes précèdent la rédaction d'un mémoire, bien planifier son mémoire permet d'économiser du temps et de produire un contenu plus qualitatif. Dans ce qui suit nous présentons les étapes de réalisation d'un mémoire de fin d'études à savoir (1) La phase avant la rédaction, (2) La forme et la structure d'un mémoire et ensuite (3) la phase de rédaction

2. La phase avant rédaction :

L'avant-rédaction est essentielle, car bien planifier son mémoire permettra d'économiser du temps et de produire un contenu plus qualitatif. Ci-dessous, nous allons expliquer par quelles étapes l'étudiant doit passer avant de passer à la rédaction.

2.1. Définir un calendrier de travail :

Il faut reconnaître que l'élaboration d'un mémoire demande du temps, beaucoup de temps. Dans le parcours « normal » d'un universitaire, le chercheur dispose d'au moins plusieurs mois pour effectuer son mémoire, alors que ce temps est largement plus réduit pour le cas d'un rédacteur professionnel. Cela ne veut aucunement dire que la qualité du travail doit également baisser proportionnellement : c'est plutôt l'inverse qui est attendu, surtout aux yeux du chercheur. Néanmoins, le rédacteur doit toujours avoir conscience de l'importance (en termes de volume, notamment) du travail à faire, et pour un aperçu de ce qui l'attend afin de s'y préparer (en termes de planning).

C'est pour cela il est indispensable de s'organiser à l'aide d'un calendrier de travail. Établir ce calendrier permet de s'organiser et de planifier les différentes étapes de rédaction de son mémoire.

Le planning concerne en premier lieu l'échéancier, c'est-à-dire le planning des différentes étapes du mémoire : il convient de toujours prévoir une marge de temps raisonnable pour

chaque étape du mémoire. Par exemple, si vous avez estimé que la rédaction de la conclusion vous coûtera une journée (de 8h) de travail, ajoutez-y environ la moitié de ce temps (soit, un total de 12h ou une journée et demi de travail). Mais, cette question de faisabilité s'applique aussi, et surtout, à la méthodologie de la recherche : il faut pouvoir estimer la durée de la mise en œuvre de la méthodologie, c'est-à-dire les investigations pour la collecte des informations empiriques. Sur ce point, il n'y a pas de « recette », de formule pour une estimation exacte, d'autant plus que les méthodes et outils utilisés peuvent varier fortement d'un mémoire à un autre, d'un champ disciplinaire à un autre. Par exemple, l'administration d'un questionnaire en ligne via Google Form sur plusieurs sites et réseau social (Facebook) a nécessité trois semaines pour obtenir 45 réponses validées.

Tableau n 1. Calendrier de travail pour la rédaction d'un mémoire

	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
1) Détermination du sujet – thème de l'étude										
2) Recherche documentaire – Sourcing – tri des informations										
3) Lecture des informations, documents – Réalisation de note de synthèse, fiches de lecture										
4) Délimitation du cadre de l'étude, contextualisation, définition des objectifs du travail et de la problématique										
5) Elaboration du plan du mémoire										
6) Validation par le tuteur du mémoire										
7) Enquête de terrain – collecte des données										
8) Traitement / analyse des données										
9) Interprétation des résultats										
10) Rédaction										
11) Mise en page										
12) Relecture par vous-même										
13) Relecture par un proche										
14) Corrections										
15) Validation par le tuteur du mémoire										
16) Corrections										
17) Impression des tirages du mémoire										
18) Vérification de la conformité de chaque exemplaire										
19) Dépôt du mémoire										
20) Préparation à la soutenance orale										

Source : Fiche guide du planning du mémoire
<http://amar-constantine.e-monsite.com/pages/programme-1ere-annee/methodologie-du-memoire-professionnel/le-memoire-professionnel-i-n-p-f-p-2010.html>

2.2. Choisir le sujet du mémoire :

Le choix du sujet représente la partie la plus importante dans ce travail d'avant rédaction. Pour trouver un bon sujet, il faut se poser les bonnes questions. Exemple de questions à se poser

- Quelles sont les consignes que je dois suivre ?

- Quel sujet serait susceptible de m'intéresser ?

- Est-ce que mon sujet est faisable ?

L'épanouissement dans la rédaction d'un mémoire s'obtient à travers le plaisir que l'on prend à travailler sur un sujet qui nous intéresse. Dans une section à part, nous reprendrons ce point en mettant l'accent sur la méthodologie à adopter pour choisir un bon sujet de recherche.

2.3. Le choix de la problématique:

La problématique représente le problème posé par rapport au sujet choisi. On dit toujours que la problématique est "l'art de poser des problèmes pertinents". Elle permet de définir un cadre et un angle d'attaque pour le sujet. A titre d'exemple, si le sujet du mémoire porte sur le tourisme en Algérie, il faut définir l'angle d'attaque : une problématique par exemple sur les compétences dans ce domaine, ou une problématique sur le tourisme durable, amènera un contenu de mémoire totalement différent, malgré un sujet commun.

2.4. Les Question(s) de recherche :

La question centrale de recherche s'apparente à la problématique, mais elle est formulée de manière interrogative (c'est la question). D'où l'importance de soigner la formulation de cette question et des sous-questions de recherche. Les réponses apportées aux sous-questions répondent aux hypothèses et apporteront ainsi une réponse à la question centrale, et donc à la problématique.

2.5. Etude du cadre théorique:

Après avoir trouvé la problématique et la ou les questions de recherche, il est important de définir les théories et concepts clés en lien avec l'angle du sujet ; c'est-à-dire le cadre théorique relatif au sujet choisi. L'étudiant doit chercher les études, les théories, les données et autres thèses, qui ont été menés sur le même sujet que son mémoire. Le cadre théorique permet ainsi

de donner une justification scientifique à ses recherches et de fait prouve que celles-ci ont un réel intérêt.

L'étudiant doit aussi faire un résumé de ses recherches théoriques dans l'introduction de son mémoire. Il doit aussi développer ses explications théoriques tout au long du développement de son mémoire, lorsque celles-ci permettent d'apporter des éléments de réponse à sa problématique.

2.6. Le plan de recherche :

Grâce à l'étude théorique, il est désormais possible d'élaborer son propre plan de recherche et d'action. Le plan de recherche d'un mémoire permet à l'étudiant de définir les méthodes et techniques à utiliser pour obtenir des données empiriques, ces dernières permettent de valider (ou non) les hypothèses et répondre à la problématique.

Le plan de recherche est souvent appelée « plan d'action » ou « méthodologie pratique ». Il permet de :

- Définir le type de l'étude (qualitative et/ou quantitative) ;
- Mettre en place des outils de collecte de données (entretiens, *focus group*, sondage, pyramide de Maslow, etc.).

Il est à noter que ce plan ne correspond pas au plan de développement qui présente les chapitres et les sections de tout le mémoire. Il s'agit plutôt d'établir une stratégie d'action et de recherche pour obtenir des informations pertinentes afin de répondre à votre problématique.

2.7. Construire son plan general (le plan de développement)

Le plan général doit permettre d'organiser les pensées de l'étudiant afin de répondre avec pertinence à la problématique de départ. Lorsqu'il est correctement rédigé, il permettra également de présenter la logique de ses arguments en introduction.

Le plan doit être impérativement mis en relation avec la problématique et chaque paragraphe doit s'enchaîner logiquement avec le précédent tout en assurant une certaine progression.

3. La forme et les différentes parties d'un mémoire

Le plan du mémoire (le plan de développement) est le squelette de votre travail, Il doit répondre à la problématique posée et être équilibré. Il est donc important de connaître la structure de son mémoire avant d'entamer la rédaction de ses différentes parties. En général, cette structure se présente de la façon suivante :

- Page de garde
- Les remerciements
- Le résumé
- Le sommaire
- La liste des figures et tableaux
- La liste des abréviations
- Le glossaire
- L'introduction (commencer la numérotation dès la première page de l'introduction)
- Le développement : la partie consacrée au cadre théorique
- Le développement : la partie consacrée au plan de recherche (partie empirique)
- Le développement : la partie consacrée aux résultats de recherche
- La conclusion
- La bibliographie
- Les annexes
- La table des matières

Pour chaque point dans cette structure (ci-dessus), il faut respecter quelques règles comme suit :

3.1. La page de garde : Est la première page du mémoire. Généralement prédéfinie par l'établissement dans lequel vous étudiez. Elle contient :

- Le titre (et le sous-titre) et, parfois une illustration en lien avec le sujet traité.
- Le nom de l'étudiant et le nom de son encadreur (parfois le nom du jury)
- La spécialité et le type de diplôme
- L'année de soutenance et de dépôt

3.2. Les remerciements : Permettent de remercier tous ceux qui ont aidé à la rédaction du mémoire à savoir l'encadreur, le tuteur professionnel, etc.

3.3. Le résumé (*abstract*) : Le résumé offre au lecteur la possibilité de savoir si le contenu de la recherche est suffisamment intéressant pour lui donner envie de continuer de lire. Il doit répondre aux quatre questions suivantes :

- Quelle est la problématique ?
- Qu'est-ce qui a déjà été fait sur le sujet ?
- Quelles découvertes ont été faites ?
- Que signifient ces découvertes ?

3.4. Le sommaire : Il présente les grands titres (chapitres et sections) du mémoire parfois on peut mettre aussi leurs numéros de pages. Le sommaire donne au lecteur un aperçu général du mémoire.

3.5. Les tableaux et figures et schémas : Tous les tableaux et les figures utilisés dans votre mémoire doivent être répertoriés dans la liste des figures et tableaux. Et pour chaque intitulé, il faut mettre son numéro de page.

3.6. La liste des abréviations : La liste des abréviations permet de lister les abréviations des mots utilisées dans le mémoire. Cette liste est classée par ordre alphabétique, On peut la mettre au début après la liste des tableaux ou à la fin après la liste des références bibliographiques.

3.7. Le glossaire : Le glossaire est une liste de tous les termes utilisés qui peuvent nécessiter une courte explication. Les termes qui y figurent doivent être listés alphabétiquement et explicités par une brève description ou définition.

3.8. L'introduction : L'introduction permet d'introduire le sujet et la problématique. Elle permet également de décrire le développement du mémoire et donc son plan.

Une introduction claire et bien rédigée permet de donner au lecteur l'envie de continuer sa lecture. Nous aborderons les éléments qui composent l'introduction dans la section consacrée au contenu des composantes du mémoire, mais en général, elle est structurée en 4 parties : une amorce, le choix du sujet, la problématique et l'annonce du plan.

3.9. Le développement : La partie développement est composée d'un cadre théorique et d'une partie empirique. Chaque étudiant est libre d'adapter la forme de son développement selon son sujet d'étude et selon la logique de son argumentation. En général, la partie développement prend la forme suivante :

Chapitre 1

Section 1

Section 2

Transition

Chapitre 2

Section 1

Section 2

Transition

Chapitre 3

Section 1

Section 2

3.10. La conclusion : La conclusion fournit finalement une réponse à la problématique. Les résultats mènent parfois à de multiples interprétations. Dans ce cas, on peut rajouter une petite section avant la conclusion qu'on nomme discussion et dans laquelle on donne toutes les différentes interprétations possibles et également introduire des recherches complémentaires.

En général, la conclusion doit inclure trois parties :

- Retour sur les points importants.
- Confirmation ou infirmation des hypothèses.
- Ouverture (perspectives)

3.11. La bibliographie :

La bibliographie est une liste qui recense les différentes sources auxquelles l'auteur (d'un document) a eu recours (ouvrages, articles, séminaire, actes de colloque, support audio-visuel, etc.). Pour rédiger une référence bibliographique, il faut repérer les parties du document ou de sa notice bibliographique dans lesquelles on trouve les éléments indispensables à sa description.

- Des monographies :

Dans le cas des imprimés, ils se trouvent presque tous sur la page de titre : Auteur, titre, éditeur, collection

Au dos de la page de titre, il y a les mentions d'édition : Éditeur, lieu, date de publication

Sur la dernière page (« achevé d'imprimé »), il y a aussi la date de publication.

- Un périodique : L'essentiel de l'information se trouve sur la page de titre et sur celle de l'article.

Des documents en ligne :

Les informations se trouvent sur la page d'accueil, la page consultée et aussi :

Dans la barre d'adresse (URL).

Sur une page Internet, on trouve le plus souvent (mais pas systématiquement) :

- en haut: l'auteur, le titre

- en bas : l'éditeur

Si des informations ne figurent pas sur le document, il ne faut pas les inventer, on peut consulter des notices de catalogues en ligne pour rédiger ses propres références.

Lorsque qu'un document n'a pas d'auteur, le classer au titre en l'insérant au classement alphabétique de l'auteur

Enfin, actuellement la plupart des universités optent pour le style APA pour rédiger ses références bibliographiques.

3.12. Les annexes :

Le mémoire ne contient que les sujets et contenus essentiels. Le reste doit être mis dans la partie annexe. Ce dernier contient tous les documents qui n'apparaissent pas dans le corps du texte, mais qui ont été utiles pendant la rédaction.

Les annexes permettent aux lecteurs de comprendre comment la recherche a été effectuée et sur quoi elle est fondée. Il faut donc mettre tous les documents mentionnés ou utilisés dans vos annexes, pour que le lecteur puisse s'y référer. Ces éléments sont souvent des interviews, questionnaires, tableaux et analyses.

3.13. La table des matières :

La table des matières est une liste détaillée des titre et sous-titres du manuscrit, elle permet au lecteur de savoir à quelle page commence tel ou tel point (chapitre, section, titre, sous-titre). Toutes les parties du mémoire y figurer, même les annexes.

4. La rédaction : le contenu de chaque partie du mémoire

La dernière phase de réalisation d'un mémoire de fin d'étude est la rédaction, c'est-à-dire préparer, formuler et rédiger le contenu de chaque élément présenté dans la structure que nous venons de présenter dans la section précédente :

4.1. Fonctions et contenu du résumé

Tout mémoire contient un résumé (ou *abstract* en anglais). C'est la première partie du mémoire et le premier élément que le lecteur lit. Il est donc primordial que ce résumé soit bien rédigé.

a. Les fonctions essentielles du résumé : Le résumé assure trois fonctions importantes :

- **Il explique le titre :** Le résumé sert à expliquer le titre du mémoire. Il permet au lecteur de décider si le mémoire a un sujet assez intéressant pour qu'il continue sa lecture.
- **Il est une courte version du mémoire :** Le résumé d'un mémoire offre aux lecteurs une version courte de celui-ci (s'ils n'ont pas le temps de lire l'intégralité, ils se contentent de ne lire que le résumé).
- **Il donne un aperçu du mémoire :** Le résumé d'un mémoire donne aux lecteurs un aperçu de la lecture qui va suivre. Cela facilite la compréhension et apporte un contexte à votre mémoire. Un résumé bien rédigé permettra aux éléments plus ardues d'être compris plus facilement.

b. La longueur, l'emplacement et le temps d'un résumé de mémoire :

- La règle générale est que le résumé ne doit pas excéder une page. En effet, il doit normalement pouvoir être parcouru rapidement.
- Le résumé doit se placer après les remerciements et avant le sommaire.
- Enfin, le résumé d'un mémoire doit être rédigé au présent simple.

c. Le contenu du résumé : Un paragraphe est rédigé pour chacune des questions suivantes :

- Quelle est la **problématique** ? Indiquer l'objectif, l'énoncé du problème et les questions de recherche du mémoire,

- Qu'est-ce qui a **déjà été fait sur le sujet** ? Une brève explication de la méthode et de l'approche utilisée.
- Quelles **découvertes** ont été faites ? Présentation d'une synthèse des résultats les plus importants et de la conclusion.
- Que **signifient** ces découvertes ? Résumez les points clés de la discussion.

d. L'utilisation d'acronymes dans le résumé de mémoire :

Le lecteur doit pouvoir comprendre le résumé sans lire le reste du mémoire. Il est donc évident qu'il faut expliquer les acronymes et les abréviations mentionnés dans le résumé puisque ce dernier apparaît avant la liste des abréviations.

e. Référence des sources dans le résumé :

Tout comme pour le reste du mémoire, il faut référencer les sources quand elles figurent dans le résumé. Cependant, dans un résumé on doit avant tout aborder ses recherches et ses propres découvertes.

4.2. Les parties de l'introduction d'un mémoire

L'introduction est la première vraie partie du mémoire, il faut y décrire le sujet et formuler la problématique. Elle doit permettre au lecteur de comprendre le mémoire de manière globale, d'ailleurs, certaines personnes ne lisent que l'introduction et la conclusion, il est important donc de prêter plus d'attention à la grammaire, la syntaxe et évitez absolument les fautes d'orthographe.

a. Le but de l'introduction : l'introduction a pour but de :

- Introduire le sujet du mémoire : Quel est le but de l'étude et quel est son sujet ?

- Donner envie au lecteur de lire la suite du document : On peut attirer l'attention du lecteur en utilisant des exemples clairs issus de sources récentes ou de la vie de tous les jours.
- Prouver la pertinence de l'étude : Il est nécessaire de convaincre le lecteur de la pertinence scientifique et pratique du sujet étudié.

b. Les parties de l'introduction :

L'introduction se place après le résumé et le sommaire, elle contient deux pages au minimum. Elle est souvent composée des parties suivantes : Accroche ; Présentation du sujet et définition des termes ; Les motivations personnelles liées au sujet ou au mémoire (facultatif) ; Présentation du cadre théorique ; Problématique du mémoire ; Présentation de la démarche ou méthodologie de recherche ; Annonce du plan.

- **L'accroche de l'introduction d'un mémoire :** L'accroche peut avoir différentes formes :
 - une citation ;
 - un événement d'actualité ;
 - une observation ;
 - un extrait d'entretien ;
 - une statistique,...

L'information donnée dans l'accroche vous conduit à présenter le sujet ou le thème de votre mémoire.

- **La présentation du sujet :** Juste après l'"accroche", il faut introduire le sujet ou le thème d'étude de manière claire et concise. Le lecteur doit pouvoir comprendre qu'il s'agit du sujet du mémoire (ce point sera développé dans une section à part entière).

- **Vos motivations :** Qu'est-ce qui vous a motivé à faire cette recherche ? Pourquoi ce thème de mémoire ? Est-ce un article de presse ou est-ce un sujet qui vous a toujours intéressé ? En choisissant un exemple intéressant, on donne immédiatement envie au lecteur de lire le reste de l'introduction.
- **Le cadre théorique de la recherche :** Il est important de déterminer les théories, concepts clés et les idées préexistantes en lien avec le sujet choisi dans le cadre théorique. Vu l'importance de ce dernier dans un mémoire, nous avons décidé de lui consacrer toute une section pour expliquer à l'étudiant comment rédiger cette partie et son utilité.
- **La problématique :** Il faut interroger les éléments rapportés précédemment pour formuler les questionnements qui vont guider la recherche avant la rédaction du mémoire. Comme nous l'avons dit plus haut, la problématique est centrale, car c'est elle qui va déterminer l'angle d'attaque choisi.
 Pour répondre à la problématique, on peut utiliser des questions de recherche ou encore des sous-questions. Si on veut utiliser des hypothèses plutôt que des questions de recherche, on peut également les noter ici.
- **La présentation de la démarche et méthodologie de recherche :** Afin de répondre à des questionnements sur notre sujet, vous avez dû adopter une stratégie pour collecter des informations (observations, questionnaires, entretiens, documentations, lectures...). Il faudra les présenter ici.
 Exemple de présentation de la méthodologie de recherche : Afin de traiter le sujet et de répondre aux questionnements émis, un plan de recherche a été établi. Tout d'abord, trois questionnaires ont été postés en ligne à intervalles réguliers sur quatre mois. Nous avons également mené des entretiens semi-directifs avec des spécialistes

en « citez la spécialité ». La recherche empirique a enfin été complétée par de nombreuses lectures sur le sujet...

- **L'annonce du plan :** Pour l'annonce de plan, il faut éviter les « premièrement / deuxièmement » qui sont trop banales. Il s'agit d'amener les parties de votre développement de manière logique et claire.

Exemple d'annonce de plan : Nous verrons dans un premier temps qu'il est nécessaire d'établir l'état actuel du chômage et de la croissance dans le pays X ainsi que dans le pays Y, afin de mettre en exergue les différences de traitement de ce phénomène (chapitre I).

Nous devons également tenter d'analyser les stratégies du pays Y qui fonctionnent dans la résolution du problème du chômage et de la croissance (chapitre II), avant de finalement déterminer si elles pourraient être implantées dans le pays X au regard des ressources et infrastructures actuellement en place (chapitre III).

4.3. Le contenu de la partie "développement" :

Le développement représente le cœur du mémoire, c'est ici que nous allons devoir confirmer ou infirmer les hypothèses en apportant des réponses à la problématique de départ. En général, la partie développement permet de :

- Rédiger les différentes parties du plan général.
- Alternner entre explications théoriques et explications pratiques.
- Proposer une réflexion analytique grâce aux informations collectées.
- Apporter dans un ordre logique des éléments de réponse.
- Confirmer ou non les hypothèses de départ.
- Répondre à la problématique de départ.

Cependant, il faut savoir qu'il n'existe pas de développement, il est souvent composé d'une partie théorique qui définit le cadre théorique de la recherche et d'une partie empirique (dans laquelle on rédige la méthodologie de recherche et les résultats).

a. Dans le cadre théorique, il est important de déterminer les théories, concepts clés et les idées préexistantes en lien avec le sujet choisi. Il faut répondre à toutes les questions qui pourraient décrire le sujet traité (celles qui ont permis de définir les variables) et développer l'état de la recherche. On peut également se servir de l'état de la recherche actuelle pour formuler une hypothèse. Plus tard, lorsqu'on conduit des recherches quantitatives ou qualitatives, vos hypothèses pourront être testées.

b. Le plan de recherche (l'étude empirique) nous permet d'expliquer où, quand, comment et avec qui on va effectuer sa recherche. La question du « comment » déterminera la méthode de recherche : allons-nous obtenir les résultats de notre recherche à l'aide de sondages ou d'expériences ? Ce « comment » de la recherche peut être nommé la « méthodologie de recherche ».

c. Le résultat de recherche : Est la mise en application du plan de recherche décrit dans la section précédente. L'étudiant décrit également comment la recherche s'est déroulée et il fournit une analyse des résultats.

4.4. Le contenu de la conclusion

Un mémoire se termine par une conclusion percutante, car certains examinateurs ne lisent que la conclusion et l'introduction des mémoires. La conclusion d'un mémoire se construit en réponse à l'introduction :

a. Par rapport à la problématique : Le but d'une conclusion de mémoire est de répondre à la question centrale de recherche ou la problématique énoncée en introduction. Il faut commencer donc par ré-introduire la problématique au début de la conclusion du mémoire.

b. Les réponses à la problématique :

- Il faut tirer les conclusions des résultats de recherche (c'est-à-dire, ce que vous avez utilisés dans le développement du mémoire).

- Il faut utiliser uniquement les résultats les plus importants et plus pertinents pour répondre à la problématique (Insistez donc sur les principaux résultats de vos recherches).

- Pour trouver ces réponses, Listez les résultats de vos recherches et sélectionnez les plus importants.

c. Une ouverture : Dans la conclusion, il faut terminer par une ouverture. Ouvrir par exemple, le lecteur sur une limite de votre travail, un fait d'actualité qui relance le débat ou une observation qui questionne un autre sujet de votre thème, etc.

Quelle forme doit prendre la conclusion :

Pour un mémoire de fin d'études, la conclusion est présentée en 2 à 3 pages. Elle doit être rédigée au présent simple quand il s'agit de présenter les faits et au passé (passé composé ou imparfait) quand il s'agit de relater des faits ou actions effectués pendant vos recherches.

Il est à noter aussi que si l'étudiant utilise une hypothèse à la place d'une question de recherche, il doit indiquer dans la conclusion si l'hypothèse s'est avérée vraie ou non. Il doit éviter aussi que la conclusion ne donne une impression d'inachevé.

D'un autre côté, il ne faut apporter aucune nouvelle information dans la conclusion. Toute information nouvelle doit avoir été indiquée précédemment dans le développement (sauf pour l'ouverture) même s'il s'agit d'exemples.

Pour terminer ce point, dans la conclusion, l'étudiant doit faire figurer les quatre points suivants :

- résume les principales idées du développement ;
- répond à la problématique initiale ;
- propose une discussion du mémoire ;
- établit une ouverture.

4.5. Fonctions et contenu des annexes :

« Mettez ça en annexe », une phrase souvent prononcée par l'encadreur quand le mémoire est trop long. C'est en général plus facile à dire qu'à faire, car les étudiants trouvent qu'il est difficile de déterminer quelles parties vont mettre dans les annexes et quelles parties vont au cœur du mémoire.

a. La fonction des annexes dans un mémoire :

Le cœur du mémoire doit être clair et concis pour être compréhensible. Bien souvent on a des informations supplémentaires à donner aux lecteurs pour qu'ils comprennent mieux certains éléments. Toutes ces informations en plus constituent des annexes. Ainsi, le cœur du document reste concis et intelligible,

Il faut également savoir prendre en considération le fait que le mémoire doit être parfaitement compréhensible sans les annexes. En effet, les annexes ne servent qu'à apporter un plus à nos propos.

b. Le contenu des annexes dans un mémoire :

Les annexes doivent contenir des données qui sont utiles, mais peuvent rendre le mémoire trop long ou couper sa fluidité.

On ne peut pas non plus supprimer ces informations, car elles permettent aux lecteurs de vérifier si vos recherches ont été rigoureuses et sont basées sur des faits solides.

c. Exemples courants d'annexes :

- Résultats : On peut synthétiser les résultats dans un tableau. Il est parfois difficile de savoir quels résultats doivent appartenir aux annexes et quels résultats vont au cœur du mémoire. Les résultats les plus importants, ceux qui font progresser votre réflexion, apparaissent au cœur de votre mémoire.
- Entretiens et élaboration des questionnaires : Les versions écrites de vos questionnaires et entretiens peuvent être placées en annexes. le lecteur comprendra plus facilement sur quoi vos conclusions se basent.
- Pour les tableaux et les illustrations, il faut garder les plus importants dans le cœur du mémoire.

d. Comment faire référence aux annexes d'un mémoire ?

Lorsqu'on utilise des annexes, on doit les mentionner dans le texte du mémoire, en plus de discuter de leur signification.

Il est plus que conseillé de numéroter les annexes et de garder la pagination afin que les lecteurs puissent les retrouver facilement.

Exemple : faire référence à une annexe dans le cœur du mémoire

- Dans l'interview (voir annexe 1), il ressort que...
- Dans l'annexe 2, la correspondance avec l'entreprise X, montre ...

Exemple : faire référence à une partie des annexes dans le texte principal

- Ces résultats (voir Annexe 2, Tableau 1) montrent que
- Le tableau 1 de l'Annexe 2, résume la correspondance avec l'entreprise X

Partie 2 : Le triangle « Sujet, problématique et cadre théorique »

Dans cette partie nous verrons les points suivants :

- 1. Le sujet de mémoire : Critères de choix et pertinence**
- 2. La formulation de la problématique et des questions de recherche**
- 3. La rédaction du cadre théorique**

Partie 2 : Le triangle « Sujet, problématique et cadre théorique »

Dans la partie précédente, nous avons étalé les différentes composantes du mémoire et avons essayé d'expliquer le contenu de chacune d'elles. Cependant, nous aimerions donner plus de détail et d'attention au choix du sujet, à la problématique et au cadre théorique. En effet, au cours des années d'enseignement de ce module de méthodologie de recherche, nous avons remarqué que l'étudiant a du mal à bien choisir son sujet et à lui trouver une problématique. Aussi, beaucoup d'étudiants négligent la partie consacrée au cadre théorique et se contentent de présenter un ensemble de définitions et de théories sans prendre en considération l'angle d'attaque qui correspond à leur problématique.

1. Le sujet de mémoire : Critères de choix et pertinence

Nous l'avons déjà dit, le choix du sujet de mémoire est une étape extrêmement importante, dans la mesure où ce choix a un impact sur le processus de recherche et d'écriture. Si le sujet est pertinent, faisable et relève d'un choix personnel cela impactera positivement ce processus et permettra de rendre le travail plus plaisant.

1.1. Critères de choix d'un sujet de mémoire :

Choisir un sujet de mémoire est une étape cruciale. Ce choix doit remplir plusieurs critères :

- Un sujet pertinent et faisable ;
- un sujet qui vous intéresse.
- Il doit confirmer ou infirmer des hypothèses à travers une vraie recherche.
- Il doit pouvoir vous être utile personnellement (et professionnellement).

Cependant, il est conseillé que les sujets sensibles ou les sujets pour lesquels la collecte de données empiriques est complexe sont à éviter.

1.2. Etapes à suivre pour choisir un sujet de mémoire :

L'étudiant doit parcourir quelques étapes afin de bien choisir son sujet de mémoire :

a. Les exigences de votre établissement pour le mémoire :

Regarder les impératifs imposés par vos études et votre établissement. Par exemple, votre université peut vous demander de choisir :

- Un sujet d'actualité ;
- Un sujet qui est en lien avec votre spécialité ;
- Un sujet qui doit être vérifié empiriquement ;
- Un sujet dans une liste proposée par votre établissement,

b. Le type de recherche :

Décider quel type de recherche on souhaite effectuer :

- Comparer simplement des articles scientifiques existants ;
- Faire des recherches vous-même, par exemple sous forme d'étude sur le terrain (étude qualitative, étude quantitative, etc.)

c. Le domaine de recherche :

Choisir un domaine de recherche assez général et assurez-vous que le domaine choisi possède assez d'informations pour l'étudier.

Il est important aussi de veiller à ce que le sujet choisi ne soit pas trop large parce que l'étudiant a un temps limité et un calendrier à respecter ; il ne faut pas aussi choisir un sujet trop étroit qui donne naissance à une recherche qui a trop peu de profondeur.

d. Faire des lectures : Au sein de votre domaine de recherche, tentez de trouver des documents et articles récents. Chaque domaine a un certain nombre de grandes revues professionnelles.

Lister ensuite les revues en rapport avec votre sujet

e. Délimiter le sujet de recherche : c'est-à-dire choisir un angle pour le sujet sur lequel on veut travailler. Exemple :

- Choisir un sujet : “les produits bio” ;
- Précisez le sujet : “les pommes biologiques” ;
- Précisez encore plus le sujet : “la culture de pommes biologiques dans la zone X”.

Pour délimiter son sujet de mémoire, l'étudiant chercheur peut prendre en considération les éléments suivants :

- **Sélectionner un sous-thème du mémoire :** Choisir un sous-thème pour le sujet sur lequel on souhaite se concentrer (Voir l'exemple ci-dessus) ;
- **Déterminer un emplacement géographique :** Concentrez-vous sur une zone géographique spécifique. Exemple : Ne pas se concentrer sur l'influence des médias sociaux en Algérie, mais sur l'influence des médias sociaux sur les habitants d'ORAN.
- **Relation entre différentes variables :** Étudier comment deux perspectives ou variables différentes se rapportent les unes aux autres. **Exemple :** Étudier la relation entre la cause et l'effet d'un nouveau processus de travail ;
- **Délimitation temporelle :** étudier comment deux perspectives ou variables différentes se rapportent les unes aux autres sur une période donnée ;
- **La catégorie sociale étudiée :** Concentrez-vous sur une certaine catégorie de personnes, d'affaires, de phénomènes ou de lieux. **Exemple :** Faire une étude sur l'absentéisme dans les établissements publics,

f. La pertinence d'un sujet de mémoire : Un sujet pertinent veut dire que votre étude a du sens et une certaine utilité. Le sujet doit être pertinent pour toutes les parties impliquées dans le mémoire :

En d'autres termes il doit être pertinent pour l'étudiant (celui qui le prépare) ; Pour l'établissement auquel il fait partie en tant qu'étudiant chercheur et pour l'entreprise (dans laquelle il effectue son stage ou son étude).

- **Un sujet pertinent pour l'étudiant chercheur :** Il est important que le sujet qu'il choisit soit pertinent pour lui en tant que personne. Si ce n'est pas le cas, il est beaucoup plus difficile de se motiver pour les recherches et la rédaction. C'est pourquoi il est important de choisir un sujet qui nous intéresse ;
- **Un sujet pertinent pour son établissement :** Il est également important que le sujet de mémoire corresponde au programme d'études proposé par l'établissement. Pour cela, il faut discuter avec son encadreur pour savoir ce qui est possible et ce qui ne l'est pas ;
- **Un sujet pertinent pour l'entreprise de stage :** Si l'étudiant écrit son mémoire dans le cadre d'un stage en entreprise, cette entreprise va sûrement avoir quelque chose à voir avec ce mémoire. Il est important alors de discuter de son de recherche avec son tuteur professionnel. Cette personne sait ce qui est et ce qui n'est pas pertinent pour l'entreprise. au final, les résultats de la recherche doivent aider l'entreprise d'une certaine manière.

g. La pertinence scientifique du sujet de mémoire :

Dans les programmes académiques, la pertinence scientifique du mémoire est très importante. Cela signifie qu'avec sa recherche, le chercheur comble une lacune dans les connaissances scientifiques existantes. Il fait cela en examinant ce qui n'a pas encore été étudié. Exemple :

Vous pouvez consulter les études supplémentaires recommandées dans les articles scientifiques existants. Il faut toujours vérifier si cette recherche n'a pas déjà été réalisée dans des études plus récentes.

h. La pertinence pratique/sociale du sujet :

La pertinence pratique signifie que la recherche a une valeur ajoutée pour la société. On peut penser au fait qu'on peut faire des recommandations pour une certaine industrie ou qu'on va améliorer certains processus au sein d'une organisation.

Exemple : Les résultats de la recherche effectuée sur l'effet de X sur Y sont importants pour la société Z. Sur la base des résultats, différentes améliorations de processus peuvent être mises en œuvre, ce qui augmente la vitesse de production et donc le profit de l'entreprise.

2. La formulation de la problématique et des questions de recherche

La problématique est l'un des éléments les plus importants d'un mémoire, d'une thèse ou d'une dissertation. Une problématique est « l'art de poser des problèmes pertinents ». Elle décrit un problème qu'il faut résoudre dans la partie développement du mémoire

2.1. L'importance de la problématique : l'importance de la problématique se matérialise dans les points suivants :

- L'identification d'un problème mène à poser une question de recherche ;
- Sans problème de recherche, on ne peut pas avoir une problématique et une question centrale ;
- Une problématique nous donne un cadre et un angle d'attaque sur un sujet ;
- La partie développement répond à la question centrale de recherche qui découle de la problématique.

2.2. Formuler une problématique :

Pour formuler sa problématique, l'étudiant chercheur doit identifier le domaine d'un problème général ; se renseigner sur le problème pour définir la problématique et enfin la rédiger.

a. Identifier le domaine d'un problème général :

Avant de trouver la problématique, il faut commencer par identifier un problème sur lequel on souhaite travailler ; En fonction du domaine d'études, le problème peut être plutôt pratique ou théorique. Il peut également permettre de comprendre pourquoi une situation particulière existe.

b. Se renseigner sur le problème pour définir la problématique :

L'étape suivante consiste à se renseigner sur le problème et identifier l'aspect du problème auquel on va répondre dans son mémoire,

En fonction du problème soulevé, nos recherches peuvent inclure la consultation de diverses sources d'informations pertinentes, ainsi que des discussions avec les experts. En menant ses recherches, il est important de garder à l'esprit les questions suivantes :

Les questions relatives au contexte :

- Qui a un problème ?
- Quand et où a émergé le problème ?
- Quelle est la cause de ce problème (est-ce qu'il découle de recherches antérieures ou est lié à la modification d'un facteur ?)

Les questions relatives à l'arrière-plan

- Que sait-on du problème ?
- Qu'en disent les chercheurs et les autres personnes concernées ?
- Qu'est-ce qui a déjà été fait pour résoudre ce problème ?
- Est-ce que certaines solutions ont fonctionné – si oui, pourquoi ?

- Est-ce qu'une cause a été étudiée en particulier ?

Les questions relatives à la spécificité de l'étudiant chercheur

- Qu'allez-vous exactement aider à résoudre ?
- Qu'est-ce que vous n'allez pas traiter ?

Les questions relatives à la pertinence

- Pourquoi est-il important pour la société ou la profession concernée de résoudre ce problème ?
- Que se passera-t-il s'il ne l'est pas ?
- Qui en ressentira les conséquences ?

2.3. Rédiger la problématique :

Une fois ses recherches effectuées (en tenant compte du contexte, de l'arrière-plan, de ses spécificités et de la pertinence du sujet), l'étudiant devra avoir une idée plus précise de ce qu'il souhaite traiter en particulier à l'intérieur du problème.

L'étape suivante est donc de transformer ce point en une problématique qui explique clairement le problème qu'il va résoudre, et prouve la pertinence de vos recherches.

La problématique ne se limite pas nécessairement à une seule phrase. Elle peut tenir dans un court paragraphe.

a. Exemple de problématique exposée en une phrase :

Les enseignants de collège n'ont pas les compétences nécessaires pour reconnaître et guider les élèves surdoués en cours.

b. Exemple de problématique exposée dans un court paragraphe :

Les employés de la Société Générale sont démotivés depuis l'annonce d'une nouvelle série de licenciements ; leur charge de travail reste parallèlement très élevée. Absentéisme pour raisons médicales semble augmenter, mais le département des Ressources Humaines n'a actuellement pas les outils pour surveiller, évaluer et prévenir le problème.

2.4. Evaluer sa problématique

Une bonne problématique est basée sur une réflexion autour d'un problème et de sa définition.

Il faut clairement indiquer :

Quel est le problème ? Quand est-ce que le problème se pose ?

La problématique doit aussi :

- Être focalisée sur le problème.
- Être écrite explicitement.
- Être pertinente.

2.5. Les questions de recherche :

Après avoir rédigé la problématique, il faut formuler la question de recherche et les sous-questions qui en découlent,

Bien que la problématique et la question centrale de recherche soient liées, ce sont néanmoins deux choses bien distinctes, Il existe en effet une différence entre problématique et question centrale de recherche, même si parfois la distinction n'est pas très claire :

- La problématique sera rédigée sous **forme affirmative**. Ex : « *Les enseignants de collège n'ont pas les compétences nécessaires pour reconnaître et guider les élèves surdoués en cours.* »
- La question centrale de recherche est la **question** à laquelle le mémoire va répondre. Elle découle de la problématique, qui elle met en exergue un « **problème** ». Les

questions centrales se décomposent généralement en sous-questions et/ou en hypothèses. La question de recherche sera rédigée sous **forme de question**.

Ex : « *Quelles techniques pratiques peuvent employer les enseignants afin de mieux identifier et guider les élèves surdoués ?* »

Les caractéristiques d'une bonne question centrale : Nous citons trois caractéristiques qui définissent une bonne question centrale :

- D'abord et tout simplement, il **n'y a qu'une seule question centrale** ;
- La question centrale **est la suite logique de la problématique** ;
- La question centrale **est objective** (et non éthique) ; Les questions éthiques déterminent ce qui est bien ou mal, ce qui n'est pas le but d'une recherche. On les nomme également les questions normatives.

Exemple de question éthique : La décision prise par la multinationale X de fermer sa filiale dans le pays Y est-elle correcte ? Il est difficile de répondre à une telle question en restant objectif. Il est donc préférable de recourir à une question plus neutre.

Exemple de question neutre : Quelles raisons pourraient pousser la multinationale X à fermer sa filiale dans le pays Y ?

- La question centrale n'est pas censée aboutir à une solution ultime, le but de sa recherche n'est pas de répondre intégralement à une question ou de résoudre un problème – même si elle y contribue.

Exemple de question pour trouver une solution : Comment le département RH de la Société Générale peut réduire le taux d'absentéisme pour raison médicale ?

Cette question peut être reformulée de façon moins orientée vers une solution, exemple : Quelles sont les raisons de la montée de l'absentéisme pour raison médicale à l'entreprise X ?

- La question centrale **n'a pas pour but le conseil** ou l'identification de pratiques : les découvertes recherches menées par l'étudiant peuvent conduire à la mise en place de nouvelles pratiques ou la formulation de conseils, mais ce n'est en général pas le but de la recherche. Ce sont les personnes concernées par la situation qui décideront de passer à l'acte grâce à ces découvertes. Si votre client vous a demandé conseil, il est préférable d'ajouter un ensemble de recommandations séparé (situé après vos conclusions ou dans un document séparé). Vous pouvez également ajouter une sous-question axée sur le conseil.

Exemple de question sur les pratiques : Comment la loi « X » introduite par l'entreprise Y peut améliorer les conditions du travail de ses employés ?

Exemple de question liée à la demande de conseils : Quelles décisions doit adopter le département RH de l'entreprise Y pour devenir plus performante ?

- La question centrale **ne doit pas commencer par « pourquoi »** : Ces questions sont souvent si larges qu'elles ne peuvent pas servir de point de départ à une investigation : elles offrent trop de possibilités.

Exemple de question commençant par « pourquoi » : Pourquoi la Société Générale voit son taux d'absentéisme pour raison médicale augmenter ? Cette question est trop large. Il vous faut parvenir à délimiter une question plus précise.

Exemple plus précis : Quels outils pratiques peuvent permettre de diminuer l'absentéisme répété pour raison médicale dans les entreprises de service ?

- La question centrale **n'est pas une question fermée** : Ce type de questions ne demande généralement que peu de recherches pour y répondre.

Exemple de question fermée : Y a-t-il une augmentation de l'absentéisme pour raison médicale à la Société Générale ?

3. La rédaction du cadre théorique

Le cadre théorique est l'un des éléments les plus redoutés par les étudiants. Un cadre théorique bien construit offre une base de recherche solide et un bon support pour le reste du mémoire.

Mais qu'est-ce qu'un cadre théorique ? Et comment le rédiger ?

3.1. Le rôle du cadre théorique :

Après avoir établi la problématique et la (ou les) question(s) de recherche, il est important de déterminer les **théories**, **concepts clés** et les **idées préexistantes** en lien avec le sujet choisi.

Ces informations donnent « un cadre » à vos recherches et prouve que vous connaissez les éléments théoriques liés à votre sujet, comme :

- Les concepts.
- Les théories.
- Les données et chiffres clés.
- Les auteurs centraux et leur thèse...

Le cadre théorique amène également une justification scientifique à vos recherches : il démontre que celles-ci ne « sortent pas de nulle part » et qu'au contraire, elles possèdent de solides fondations scientifiques.

Aussi, l'étudiant doit éviter de s'exposer à une lecture excessive par l'accumulation d'une quantité relativement importante de documents avant de les lire un à un par la suite. Cette accumulation le rend confrontée à une redondance d'information très fréquente qui prend énormément du temps pour la recherche documentaire. C'est pour cette raison qu'on demande à l'étudiant de commencer par des ouvrages généraux qui abordent les concepts clés de l'étude (au regard de la problématique), puis s'orienter vers des ouvrages plus spécialisés selon les axes de la recherche.

3.2. Le contenu d'un cadre théorique : Pour déterminer le contenu d'un cadre théorique, il semble important de se baser sur deux mots : citer et définir.

Il est important de **citer** les théories et idées pré-existantes pertinentes dans le cadre théorique.

Et également **définir** les termes clés de la problématique ainsi que les questions de recherche ou hypothèses. L'une des premières étapes est donc d'identifier ces concepts.

a. Sélectionner les concepts clés :

nous avons préféré d'expliquer ce point en s'appuyant sur l'exemple suivant :

La société Y éprouve des difficultés à fidéliser ses clients qui achètent en ligne. Le manager souhaite que les clients reviennent sur le site pour effectuer un second achat et pense qu'en augmentant la satisfaction du client, celui-ci reviendra.

Pour étudier ce problème, nous avons décidé d'établir la problématique, les questions de recherches et l'objectif suivants :

- **Problématique :** Les clients qui effectuent un second achat sur le site sont peu nombreux.
- **Objectif :** Augmenter la fidélité des clients et ainsi générer plus de revenus.
- **Question de recherche :** « Comment améliorer la satisfaction des clients de la société Y en ligne afin d'améliorer leur fidélité ? »
- **Sous-questions :**
 - Quel est le lien entre la fidélité du client et sa satisfaction ?
 - Quels sont les niveaux de satisfaction et fidélité de la clientèle de la société Y actuels ?
 - Quels facteurs affectent la satisfaction et la fidélité des clients de la société Y en ligne ?
 - Quels sont les concepts clés dans cet exemple ?

Les concepts théoriques de « **fidélité client** » et « **satisfaction client** » sont essentiels pour cette étude. Ce sont donc des **concepts clés à définir** dans le cadre théorique.

b. Définir et évaluer les concepts, théories et modèles pertinents : Par exemple, si nous reprenons le thème de recherche précédent¹ :

Satisfaction client : Thomassen (2003, p. 69) définit la satisfaction comme : « le résultat de la perception consciente ou inconsciente du client en comparant son expérience et ses attentes ». Kotler & Keller (2008, p. 80) s'appuient sur cette définition, énonçant que la satisfaction du client est déterminée par le « degré de bonheur ou de déception d'une personne, après observation de la performance d'un produit en comparaison à ses attentes. ».

Si la performance est en-dessous des attentes du client, celui-ci sera insatisfait, alors qu'une performance qui rejoint les attentes du client, le rend au contraire satisfait.

Par contre, si les performances vont au-delà de ses attentes, le client sera « très satisfait ou même agréablement surpris » (Kotler & Keller, 2003, p. 80).

La définition de Zeithaml et Bitner (2003, p. 86) est légèrement différente de celle présentée par Thomassen : « La satisfaction est la concrétisation du souhait du client. C'est un jugement qu'un produit, un service ou bien le produit d'un service amène un niveau de plaisir lors de la réalisation d'un acte de consommation ». Zeithaml et Bitner concentrent ainsi leur attention sur l'obtention d'une certaine satisfaction en lien avec l'achat.

Nous utiliserons la définition de Thomassen **pour la présente étude** étant donné l'importance que celle-ci donne à la perception. Cette approche correspond à l'offre de la société X car celle-ci est spécialisée dans les produits de luxe. Bien que Zeithaml et Bitner (tout comme

¹ Exemple de cadre théorique de <https://www.coursehero.com/file/52881994/researchdocx/>

Thomassen) indiquent que la satisfaction est une réaction à l'expérience et se concentrent sur un certain type de satisfaction, aucune différenciation n'est faite entre la satisfaction consciente et la satisfaction inconsciente dans leur définition.

La satisfaction selon le modèle de Thomassen : Selon Thomassen, la valeur prétendue de la proposition et d'autres facteurs externes ont tous deux un impact sur la satisfaction finale du client. Dans le modèle de satisfaction (donnez un modèle ou un schéma de préférence), Thomassen montre que le bouche-à-oreille, les besoins personnels, les expériences passées, le marketing et les relations publiques déterminent les besoins et attentes des clients.

Ces facteurs sont comparés à leurs expériences et cette comparaison expériences/attentes détermine le niveau de satisfaction du client. Le modèle de Thomassen est important pour notre étude, car il révèle dans quelles mesures les clients de la compagnie X sont satisfaits et quelles améliorations sont nécessaires.

Une bibliographie sert avant tout à déterminer comment d'autres chercheurs ont défini ces concepts. Il faut ensuite **comparer les définitions** proposées par les différents auteurs. La dernière étape est de choisir **la définition** qui correspond le mieux à sa recherche tout en justifiant son choix.

Il faut aussi décrire toute théorie ou tout modèle en lien avec nos concepts clés et expliquer en quoi ils s'appliquent ou non à notre propre recherche.

c. Ajouter d'autres éléments à son cadre théorique : Selon son sujet et sa discipline, il peut être intéressant d'intégrer à son cadre théorique un état des lieux des sujets et affaires en lien avec le sujet traité. Il est important de comprendre et d'anticiper les attentes de son lecteur. Les problématiques théoriques requièrent plus souvent d'inclure un « état des lieux » que les problématiques pratiques.

Analyser notre champ de recherche nous donnera une idée des **études similaires et leurs conclusions** sur le sujet. Cela nous permettra de clarifier le positionnement de notre recherche par rapport aux connaissances déjà existantes.

Suivre ces étapes permet de vérifier si le chercheur offre à son lecteur une bonne vue d'ensemble :

- Décrire les **acquis existants** dans les écrits sur le sujet.
- Expliquer quels sont les **modèles, méthodes et théories appliqués** par les autres auteurs (expliquer toujours pourquoi telle théorie ou tel modèle est approprié ou non à notre recherche).
- Analyser les **similarités** et les **différences** entre notre recherche et celles d'autres auteurs.
- Expliquer **quelles connaissances notre étude apporte** sur le sujet.

3.3. Les questions auxquelles répond le cadre théorique :

Le cadre théorique peut être utilisé pour répondre aux questions descriptives qui nécessitent uniquement des recherches bibliographiques. Par exemple, seule la théorie permet de répondre à la question suivante : « Quel est le lien entre la fidélité et la satisfaction du client ? ».

A contrario, une sous-question, telle que « les clients en ligne sont-ils satisfaits de la société Y ? » ne trouvera pas de réponse dans cadre théorique car des recherches sont nécessaires pour y répondre.

Le cadre théorique (et la revue bibliographique qui le structure) peut aussi être utilisé pour analyser des découvertes et des hypothèses existantes. Il peut également servir à formuler et à évaluer ses propres hypothèses qui seront ensuite testées lors de sa recherche quantitative ou qualitative.

3.4. La structure du cadre théorique : Il n'y a pas de règles préétablies pour la structure du cadre théorique. Le plus important est de créer une structure **logique**. On peut le faire en s'appuyant sur ses questions et/ou hypothèses de recherche et certains termes clés.

Par exemple, on peut rédiger une section ou un paragraphe qui reprend chaque question, hypothèse ou concept clé. Dans chaque paragraphe, on peut ainsi explorer les théories et les modèles qui sont pertinents pour cet élément

a. La longueur du cadre théorique :

Une nouvelle fois, les règles ne sont pas vraiment précises. On peut y inclure des graphiques ou tableaux pour donner une explication plus claire. Cependant, si on manque de place, on peut mettre ces éléments dans l'annexe (et y faire référence dans le texte principal).

Dans ce qui suit nous proposons une grille de questions pour la vérification du cadre théorique :

- Les concepts clés mentionnés dans vos questions de recherche, vos hypothèses ou votre problématique sont-ils définis. ?
 - Les principaux modèles et théories en lien avec votre recherche sont-ils analysés ?
 - La sélection des théories et modèles choisis pour répondre aux questions de recherche ou pour tester vos hypothèses est argumentée.
 - Les relations notables entre les concepts sont expliquées.
 - Les principaux articles scientifiques sur le sujet sont cités.
 - Vous avez fourni toutes les réponses aux questions descriptives de recherche.
 - Le cadre théorique a une structure logique.
 - Des sources récentes et pertinentes ont été consultées.
-
- Les sources sont citées correctement (style APA).

Dans le cas où nous analysons des connaissances existantes sur notre domaine de recherche, on peut rajouter ces deux questions à la grille précédente :

- Vous avez passé en revue des connaissances existantes en lien avec le problème identifié.

- La pertinence de votre recherche est clairement expliquée (vous démontrez par exemple que celle-ci apporte une nouvelle connaissance du sujet).

Partie 3. Le cadre méthodologique de l'étude empirique

Dans cette partie nous verrons les points suivants :

- 1. L'étude empirique : définitions et types**
- 2. Les techniques pour mener une étude empirique**
- 3. Mener une étude empirique avec une méthodologie de recherche**
- 4. La méthodologie de l'étude empirique**
- 5. Méthodologie d'une étude empirique : exemple détaillé étape par étape**
- 6. L'Analyse des résultats d'une enquête**
- 7. La rédaction des résultats de recherche**

Partie 3. Le cadre méthodologique de l'étude empirique

L'étude empirique permet de réaliser une enquête et de récolter des données lorsqu'on est un étudiant, chercheur ou professionnel. Cette partie du cours présente l'étude empirique sous divers aspects : sa définition, ses techniques ou encore sa méthodologie.

1. L'étude empirique : définitions et types

L'étude empirique représente une technique de recherche qui s'appuie sur l'observation et l'expérience. Elle permet de recueillir des informations appelées "données empiriques". Après analyse, ces données doivent permettre au chercheur de tester et répondre à une ou plusieurs hypothèses de départ.

Cette technique de collecte de données ne se base pas sur une approche théorique ou un raisonnement abstrait, il s'agit de tester des hypothèses concrètement.

Pour mener une étude empirique, le chercheur a le choix entre deux méthodes :

1.1. L'étude qualitative :

L'objectif est d'interroger un échantillon pertinent (des experts par exemple) qui peut apporter des informations précises et de grande qualité sur un sujet précis. L'échantillon peut être très restreint.

1.2. L'étude quantitative :

On recherche à collecter une grande quantité de données (échantillon important) et repérer des régularités, afin de proposer des conclusions scientifiquement viables.

Chacune des deux méthodes possède plusieurs techniques pour mener l'étude empirique.

2. Les techniques pour mener une étude empirique

2.1. Les entretiens de recherche (qualitative/quantitative)

a. L'entretien directif :

L'entretien directif (ou "entretien normalisé") est à mi-chemin entre l'étude qualitative et l'étude quantitative. Il permet de collecter des données à travers des entretiens aux réponses courtes et fermées. L'enquêteur qui a rigoureusement préparé son entretien, sous forme de questionnaire ou QCM, ne peut pas changer l'ordre ni le sens des questions. Les réponses doivent lui permettre de reprendre ses hypothèses pour les valider ou non.

b. L'entretien semi-directif :

L'entretien semi-directif (ou "entretien approfondi") récolte des informations grâce à des questions et des relances de l'enquêteur durant l'entretien. Les interrogations, préparées en amont, sont ouvertes. Après analyse, les données récoltées permettent au chercheur d'avoir des réponses vis-à-vis des hypothèses de départ.

c. L'entretien non directif :

L'entretien non directif (ou "entretien libre") est utilisé pour obtenir des informations détaillées sur un sujet général. L'enquêteur donne un thème et une question générale et laisse la parole libre à la personne interrogée. Celle-ci aura toute la liberté de détailler son point de vue sur la question. Les paroles de la personne interrogée doivent être utiles pour le chercheur afin de valider ou invalider ses hypothèses de départ.

2.2. L'observation (qualitative) :

L'observation est une méthode de recherche très populaire pour mener une étude qualitative. Qu'elle soit participante, non participante, structurée ou non-structurée, l'observation permet de collecter des informations sur une situation, un phénomène ou un fait.

L'observation donne l'occasion à l'enquêteur d'obtenir par lui-même des données informatives. Celles-ci lui sont utiles pour confirmer ou infirmer ces hypothèses de départ.

2.3. Le *focus group* (qualitative) :

Le *focus group*, également appelé "groupe de discussion", est une méthode de recherche qualitative qui rassemble un groupe de personnes sur un sujet prédéterminé.

À travers les questions de l'enquêteur, les personnes donnent leur avis, échangent et débattent. Le chercheur prend lui des notes qui devront lui servir à comprendre une situation ou un phénomène qu'il étudie.

Après avoir mené un *focus group*, l'enquêteur doit analyser les données informatives en sa possession. Sa conclusion doit lui permettre de répondre à ses hypothèses de départ.

2.4. L'enquête de terrain (qualitative) :

À mi-chemin entre l'étude qualitative et l'étude quantitative, l'enquête de terrain est une méthode de recherche assez commune. Elle permet de collecter des données pour un mémoire. À travers des entretiens, des enquêtes ou des observations, l'enquêteur entre directement dans le champ pour collecter les données dont il a besoin. En entrant dans le cadre quotidien et naturel (comme une salle de classe, une association, ou une entreprise), le chercheur peut confirmer ou non ses hypothèses de départ.

2.5. Le sondage (quantitatif) :

Le sondage est une méthode d'étude quantitative qui permet à l'enquêteur de récolter un avis général d'un échantillon représentatif de personnes.

Souvent composé d'une seule grande question, le sondage permet de mesurer un avis général. Grâce à une analyse statistique mise en page sous la forme d'un tableau ou d'un graphique, le

chercheur peut tirer des conclusions qui apporteront des éléments de réponse à ses hypothèses initiales.

Exemple de sondage à partir d'un mémoire portant sur l'efficacité du système de retraite en Algérie

Question : Selon-vous, le système de retraite en Algérie est- il équitable ?

Réponse : Oui Non

2.6. Le questionnaire (quantitatif)

La technique du questionnaire permet de poser un ensemble de questions à un échantillon représentatif de personnes sur un sujet donné.

En posant plusieurs questions sur un sujet, le questionnaire permet à l'enquêteur d'analyser statistiquement l'avis de personnes de façon plus précises.

Tableau n 2 : Tableau récapitulatif des techniques utilisées dans les études empiriques

	Méthode qualitative	Méthode quantitative
Techniques	Les entretiens (directif, semi-directif, non directif). L'observation. Le <i>focus group</i> . L'enquête de terrain.	Le sondage. Le questionnaire.
Caractéristiques des données	Données d'entretien et d'observation. Données de documents (prise de notes). Données écrites. Données audio-visuelles.	Données chiffrées. Données statistiques.
Analyse	Analyse textuelle : retranscription et analyse écrite de l'enquêteur.	Analyse statistique : l'enquêteur reporte ses données dans un tableau ou un graphique statistique.

	Méthode qualitative	Méthode quantitative
Interprétation	Interprétation écrite des régularités et des grands thèmes observés.	Interprétation statistique pouvant être complétée par une conclusion écrite.

3. Mener une étude empirique avec une méthodologie de recherche

L'étude empirique permet de collecter des données et de réaliser une enquête sur un sujet ou un phénomène à étudier. Lorsque qu'un étudiant se trouve au tout début de son étude empirique, il doit s'assurer de bien connaître son sujet. Cela lui permettra de s'orienter vers les bonnes méthodes de recherche et les bons outils qui lui permettront d'obtenir des informations pertinentes.

Pour cerner les enjeux de son sujet d'études, l'étudiant peut :

- réaliser une étude documentaire ou une recherche des travaux antérieures ;
- faire appel à la méthode inductive ou à la méthode déductive.

Après avoir cerné les attentes de son sujet, l'étudiant pourra :

- formuler ses hypothèses de travail ;
- réaliser un échantillonnage pour cibler les personnes à interroger ;
- établir un plan d'action pour sa collecte des données.

3.1. Recherche documentaire ou littéraire

La recherche documentaire et la recherche des travaux antérieures permettent à l'étudiant de prendre connaissance des travaux de recherche et autres articles, décrets de lois, travaux universitaires, à propos de son sujet. Dans le but d'établir une base de connaissances dont il peut s'inspirer ensuite.

Grâce à une meilleure maîtrise du sujet, ce travail permettra par la suite de formuler des hypothèses et une problématique pertinentes.

3.2. Méthode inductive et méthode déductive

La méthode inductive et la méthode déductive permettent de structurer une enquête.

- À travers la démarche inductive, l'étudiant étudie des faits, des données brutes réelles et observables, qui vont lui apporter des informations par rapport à son enquête.
- La démarche déductive quant à elle, elle part d'hypothèses à valider ou invalider qui guideront là aussi le futur travail de l'étudiant.

La méthode inductive ou la méthode déductive aident ainsi l'étudiant dans son début d'enquête.

Elles lui donnent des pistes pour savoir comment structurer son enquête, à partir de ses recherches inductives (sur des faits réels) ou déductives (à partir d'hypothèses).

3.3. Formuler des hypothèses

Après avoir réalisé des recherches préliminaires lui permettant de maîtriser son sujet, l'étudiant peut formuler des hypothèses de travail. Ce sont ces hypothèses qui guideront son étude empirique : après avoir mené son enquête, l'étudiant pourra en effet valider ou invalider ses hypothèses pour tirer des enseignements par rapport au sujet ou au phénomène étudié.

3.4. Réaliser un échantillonnage

Avant de choisir le type d'étude (qualitative ou quantitative) que nous allons choisir pour répondre à nos hypothèses et à notre problématique, il est important de cibler les personnes susceptibles de nous apporter des informations pertinentes, c'est ce qu'on appelle l'échantillonnage.

Cette démarche permet d'étudier une partie sélectionnée pour établir des conclusions applicables à un tout. Ainsi, si notre sujet d'enquête porte sur une étude d'un phénomène très précis, explicable par seulement quelques professionnels du secteur, il sera intéressant de mener

une étude qualitative pour collecter des informations émanant d'une argumentation et de l'explication de fait.

Si on prend par exemple un sujet de mémoire sur l'évolution de la pollution aux particules fines dans une région donnée. La population ne pourra pas apporter d'informations pertinentes sur ce sujet avec un sondage ou un questionnaire. Il s'agit donc ici d'interroger un ou plusieurs experts sur ce sujet technique. Ils pourront, eux, argumenter lors d'entretiens en avançant des faits scientifiques.

Grâce à l'échantillonnage, l'étudiant comprend dès lors qu'il doit chercher à obtenir des données informatives argumentées, il se tourne donc vers l'étude qualitative.

En revanche si votre sujet d'enquête porte sur l'étude d'un phénomène général auquel une population est confrontée, l'échantillonnage sera large puisqu'il concerne tout le monde. Dès lors il pourra être intéressant de mener une étude quantitative afin de quantifier le phénomène avec des données statistiques. Par exemple : L'évolution du pouvoir d'achat en Algérie. Face à ce sujet très général, l'étudiant peut aller chercher des informations pertinentes en interrogeant la population algérienne. Grâce à des données statistiques quantifiables, l'étudiant chercheur peut apporter des informations importantes par rapport à son sujet de recherche. L'étude quantitative sera donc conseillée dans ce cas-là. Le but de l'échantillonnage est donc de cerner qui sont les personnes susceptibles d'apporter des informations pertinentes pour votre sujet d'études.

3.5. Collecter des données

Une fois que l'étudiant a sa problématique, ses hypothèses, et qu'il a défini quelles personnes peuvent lui apporter des réponses pour la partie empirique de son mémoire, il peut s'orienter pour sa collecte des données vers :

- **Collecter des données via l'étude qualitative**, s'il cherche à trouver des informations qualitatives basées sur une argumentation descriptive interprétable par des mots.

- **Collecter des données via l'étude quantitative**, s'il cherche à trouver des informations quantifiables, qui peuvent être analysées grâce à des statistiques.

Chacune des deux méthodes possède plusieurs outils spécifiques permettant de collecter des informations précises.

3.6. Les outils de l'étude empirique qualitative : Pour mener une étude qualitative, l'étudiant a le choix entre plusieurs outils :

- **L'entretien** est une technique régulièrement utilisée pour mener une étude qualitative, car étant très efficace pour collecter des données informatives. Pour préparer un entretien, l'étudiant chercheur doit rédiger au préalable un guide d'entretien. Cet outil s'avère très utile pour cadrer un entretien à venir, et définir les questions et/ou les thèmes à aborder. Il peut prendre 3 formes différentes :
 - L'entretien directif : l'échange avec la personne est très cadré : ordre des questions, formulation, durée de l'entretien, tout est préparé à l'avance et ne peut être changé.
 - L'entretien semi-directif : ce type d'échange est préparé à l'avance avec des questions et des thèmes prédéfinis. Cependant, l'enquêteur peut relancer son interlocuteur pour approfondir un élément soulevé.
 - L'entretien libre : pour ce type d'échange, seuls les thèmes de l'entretien peuvent être préparés à l'avance. L'enquêteur pose une question large et laisse la personne argumenter comme il le souhaite autour de cette interrogation.

- **L'observation** : est une seconde technique également très utilisée pour parvenir à collecter des informations, notamment dans le cadre de recherches en sciences sociales. Elle peut prendre 4 formes différentes :
 - Participante : l'enquêteur fait partie du contexte dans lequel le comportement d'un individu ou d'un phénomène est étudié. Il peut interagir avec la ou les personnes présentes.
 - Non participante : l'enquêteur est exclu du cadre social étudié. Il n'est pas vu par le/les individu(s) observé(s) et peut avoir recours à des images vidéo.
 - Structurée : ce type d'observation comporte des règles strictes et définies au préalable dans un schéma d'observation (l'équivalent du guide d'entretien)
 - Non structurée : l'enquêteur recueille autant d'informations possibles sans schéma d'observation. L'intérêt de cette observation est de réaliser un rapport narratif du comportement observé.

- **Le focus group** : est une méthode d'entretien de recherche qui permet d'interroger une dizaine de personnes réunie. Cet outil analytique permet de collecter des informations à travers l'émergence de plusieurs opinions concordantes ou discordantes dans le groupe de discussion.

- **L'enquête de terrain** : est une méthode de recherche fréquemment utilisée et avec laquelle vous entrez vous-même dans le champ pour collecter des données. La recherche sur le terrain peut être utilisée comme méthode de recherche et de collecte de données pour le mémoire.

3.7. Les outils de l'étude empirique quantitative

Pour mener une étude quantitative, l'étudiant chercheur a le choix entre plusieurs outils :

- **Le questionnaire** : cette technique de collecte de données quantifiables se présente sous la forme d'une série de questions posées dans un ordre bien précis. Le questionnaire permet d'obtenir des résultats statistiques sous forme de tableau ou de graphique, à exploiter pour en tirer des conclusions.
- **Le sondage** : permet de mesurer un ensemble de comportements, de dispositions, ou d'avis, d'un échantillon représentatif de la population étudiée.

À partir d'une seule question posée, cette technique d'étude quantitative met en relief la façon dont les opinions individuelles se répartissent.

3.8. Les autres méthodes d'analyse : Au-delà des traditionnels outils de l'étude qualitative ou de l'étude quantitative, il existe d'autres outils analytiques qui permettent de collecter des informations :

- **L'analyse des politiques publiques** est une étude de l'action publique, autrement dit, une étude de l'action de l'État. Analyser les politiques publiques revient à comprendre pourquoi le gouvernement ou le Parlement agissent d'une certaine façon dans ce qu'ils considèrent être l'intérêt de la nation.
Cette méthode d'analyse permet elle aussi de collecter d'éventuelles informations à propos d'un sujet ou d'un phénomène.
- **L'analyse de discours** : est une approche multidisciplinaire qualitative et quantitative. Cette méthode permet d'étudier un discours de façon précise. Cette analyse doit également permettre de faire émerger les éléments-clés d'un discours, ou de révéler des points de comparaison ou de divergences entre plusieurs discours ou entretiens réalisés par l'étudiant. L'étudiant peut ainsi collecter des informations utiles pour ses recherches.

- **L'étude de cas** : est une étude approfondie d'un fait, d'un sujet, d'un phénomène, d'une institution ou d'un groupe de personnes. Elle permet d'apporter des informations qualitatives à travers une étude spécifique d'un cas déterminé. L'étude de cas peut être utilisée dans le cadre d'un cours ou bien pour collecter des informations à travers une analyse précise, pour un travail de recherche.
- **La recherche-action** : est une méthode d'analyse régulièrement utilisée pour collecter des informations lors de travaux de recherche. Cette technique demande de rester en contact avec le terrain et la réalité. Son objectif est d'apprendre à identifier des besoins ou problèmes. Puis d'établir une stratégie permettant d'atteindre des objectifs de changement en réponse aux problèmes observés.

En somme, la recherche-action consiste à trouver des solutions face aux problèmes soulevés par des recherches concrètes.

Certains outils sont particulièrement utiles lorsque l'on réalise un travail de recherche en management ou en économie, ou plus particulièrement lorsqu'on étudie une entreprise (son management, sa stratégie, son marché) :

- **La pyramide de Maslow** : L'outil le plus utilisé pour connaître et catégoriser des besoins (besoins d'un individu) est la pyramide de Maslow. Cette méthode hiérarchise en effet les différents types de besoin de l'individu et permet de cerner les motivations du consommateur. Elle permet ainsi de collecter des informations par exemple sur l'évolution des besoins des consommateurs.
- **L'analyse PESTEL** : permet d'analyser les opportunités et les menaces dans l'environnement d'une entreprise. Pour ce faire elle analyse différents facteurs macroéconomiques qui peuvent avoir une influence sur l'environnement d'une

entreprise. Cette méthode analytique s'avère utile, notamment pour établir un diagnostic d'une activité, d'une entreprise, ou d'une stratégie d'entreprise particulière.

- **La matrice SWOT :** est un outil d'analyse de stratégie d'entreprise. Elle permet de poser un diagnostic sur un projet à venir, un produit, une reprise d'entreprise, ou encore un projet marketing. La matrice SWOT cherche ainsi à identifier les facteurs internes et externes jugés favorables ou défavorables pour l'entreprise. La matrice met ainsi en relief les Forces (Strengths), les Faiblesses (Weaknesses), les Opportunités (Opportunities) et les Menaces (Threats).
- **Les 5 forces de Porter :** La méthode d'analyse de marché des 5 forces de Porter étudie différents facteurs sur lesquels une entreprise peut agir pour optimiser son avantage concurrentiel. Cet outil permet aux professionnels comme aux étudiants de réaliser une étude précise d'une entreprise et de son marché.

4. La méthodologie de l'étude empirique

Pour mener une étude empirique, le chercheur doit suivre plusieurs phases de travail.

4.1. Objectifs de recherche :

Cette première phase de travail doit permettre à l'enquêteur de définir avec précision les objectifs de sa recherche. Il s'agit de rédiger une problématique générale et plusieurs hypothèses auxquelles l'étude empirique est censée répondre.

Lors de cette phase, le chercheur réalise une revue de littérature. Ce travail doit lui permettre de s'informer grâce à plusieurs lectures, des travaux de recherche qui ont déjà été réalisés sur le sujet qu'il étudie. Cette démarche permet d'éviter certaines erreurs méthodologiques, et de prévoir en avance certaines questions à poser à travers l'étude empirique que l'on souhaite mener.

4.2. Conceptualisation du sujet

Le chercheur met en place le cadre analytique de son étude. Cela revient à définir la forme que prendra son étude empirique : étude qualitative ou quantitative. Ainsi que l'outil utilisé : entretien, *focus group*, observation, enquête de terrain, sondage ou questionnaire.

Le chercheur définit ensuite les participants de son étude, qu'il s'agisse d'une seule personne à interroger à travers un entretien, ou un échantillon représentatif de plusieurs dizaines de personnes pour répondre à un sondage, un questionnaire, ou par exemple à un *focus group*.

L'enquêteur prépare enfin son étude, en réalisant par exemple un guide d'entretien qui comporte les questions à poser lors de son entretien. Pour un questionnaire ou un sondage, l'enquêteur prépare la ou les interrogations qu'il va envoyer à son échantillon représentatif. Pour une observation, il peut noter au préalable, les éléments précis qu'il souhaiterait observer.

4.3. Préparation

L'enquêteur doit désormais préparer son matériel. Au-delà du carnet et du stylo, celui-ci peut préparer du matériel audio et vidéo pour enregistrer son ou ses entretiens.

4.4. Type de mesure

Pour le chercheur, le type de mesure dépendra du type d'étude que celui-ci mène. Pour une étude qualitative, il commencera à mesurer les informations récoltées grâce à des prises de notes, un enregistrement audio ou vidéo, et une retranscription des paroles entendues. Du côté de l'étude quantitative, la mesure prend la forme de relevé de données statistiques.

4.5. Analyse et conclusion

Reste enfin à analyser les résultats obtenus pour établir une conclusion. Si l'enquêteur a utilisé une étude qualitative, celui-ci doit désormais retranscrire les propos observés et/ou entendus, pour établir une conclusion rédigée.

Pour une étude quantitative, le chercheur met en relief les données récoltées à travers un tableau statistique ou un graphique. Sa conclusion apparaîtra sous forme de données chiffrées. L'analyse et la conclusion d'une étude empirique (qu'elle soit qualitative ou quantitative) permettent au chercheur de répondre aux hypothèses rédigées en amont. Nous présentons toutes les phases de la méthodologie de l'étude empirique que nous venons d'expliquer dans un seul tableau comme il est présenté ci-dessous :

Tableau n 3: La méthodologie de l'étude empirique

Phase N	Intitulé de la phase
Phase 1	Objectifs de recherche : <ul style="list-style-type: none"> - Problématique - Hypothèses - Revue de littérature
Phase 2	Conceptualisation du sujet : <ul style="list-style-type: none"> - Type d'étude (qualitative ou quantitative) - Techniques (entretiens, questionnaire, ...)
Phase 3	Préparation du matériel
Phase 4	Mesures <ul style="list-style-type: none"> - Enregistrements, données statistiques
Phase 5	Analyse et conclusion : <ul style="list-style-type: none"> - Retranscription - Conclusion écrite - Tableau et graphiques

Source : élaboré à partir des éléments cités plus haut

5. Méthodologie d'une étude empirique : exemple détaillé étape par étape

Pour mener une étude empirique, le chercheur devra passer par différentes étapes. La partie à suivre détaille ces différentes étapes de travail en les illustrant d'un exemple dans le cadre d'une étude quantitative (1) et d'une étude qualitative (2).

5.1. Objectifs et théories de recherche

a. Thème du mémoire : La vie sociale à l'heure des nouvelles technologies de communication

b. Problématique : Comment les nouvelles technologies de communication influencent-elles notre vie sociale ?

c. Hypothèses :

- Les nouvelles technologies de communication permettent de rapprocher les individus entre eux.
- Pour la vie sociale, c'est une chance de vivre à l'époque de l'essor de ce type de technologies.
- Ces outils permettent d'abolir certaines frontières en pouvant communiquer avec quelqu'un à l'autre bout du monde.
- Puissantes et influentes, ces nouvelles technologies et les réseaux sociaux influencent notre façon d'être, et de nous comporter. Pas toujours de la bonne façon.

d. Revue littéraire : établir une liste d'articles, d'études, de livres, sur ce sujet. Avant de passer à l'étape suivante, essayer de récolter suffisamment d'informations pour pouvoir préparer votre étude.

5.2. Conceptualisation : L'enquêteur a le choix entre étude qualitative ou étude quantitative.

À la vue du sujet du mémoire, il est important de choisir le bon outil, que l'on choisisse l'étude qualitative ou l'étude quantitative.

- **Dans une étude quantitative :** Si l'étudiant préfère mener une étude quantitative pour obtenir des réponses grâce à des données statistiques à analyser, il serait intéressant d'avoir recours au questionnaire.

L'étude quantitative permet d'analyser un phénomène en s'appuyant sur des données statistiques pour expliquer certaines causes.

Si le sondage (l'autre outil de l'étude quantitative) permet de poser une grande question générale, le questionnaire permet lui, de poser plusieurs questions.

Dans le cadre du mémoire sur la vie sociale à l'heure des nouvelles technologies de communication, l'étudiant qui souhaite passer par l'étude quantitative, peut se diriger vers le questionnaire

- **Dans une étude qualitative :** Si l'étudiant choisit l'étude qualitative, le focus group (la discussion de groupe) semble être l'un des outils les plus pertinents pour récolter des informations. En effet les nouvelles technologies de communication suscitent beaucoup de débat entre diverses générations. Il peut être intéressant d'organiser une discussion sous forme de débat, avec des participants d'âges différents. Cela peut permettre de faire émerger certaines divergences selon la catégorie d'âge des personnes interrogées.

L'étude qualitative permet d'analyser un phénomène de façon précise en étudiant ses causes, grâce à de longs témoignages ou de longues observations.

L'étudiant rédige ainsi le guide d'entretien pour mener son focus group. Avec cet outil, les questions doivent être très générales et ouvertes. Elles invitent les participants à débattre entre eux.

5.3. Préparation

Pour mener efficacement une étude empirique, l'enquêteur peut s'aider d'un matériel plus ou moins important.

- Dans une étude quantitative : Le matériel se fait plus rare. Dans le cadre du mémoire sur l'influence des nouvelles technologies de communication, l'enquêteur peut prendre en notes dans un carnet, les premières observations faites au fur et à mesure que les premiers questionnaires, envoyés par e-mail, lui reviennent.
- Dans une étude qualitative : Dans le cadre d'un *focus group* pour récolter des informations des participants sur l'influence des nouvelles technologies de communication, il peut être utile de se munir d'un carnet et d'un stylo pour prendre des notes. L'étudiant chercheur peut également enregistrer la discussion de groupe grâce à un dictaphone ou une caméra vidéo.

5.4. Mesures

- Dans une étude quantitative : L'étude quantitative permet une mesure statistique des données récoltées.
- Dans une étude qualitative : La mesure s'effectue à travers la retranscription intégrale du *focus group* que l'enquêteur a mené. À travers cette réécriture de la discussion de groupe, l'étudiant chercheur relève divers éléments qui apportent des réponses à ses hypothèses initiales. Il peut alors souligner les éléments les plus importants pour préparer les faits et les arguments de sa conclusion écrite.

Lors d'un groupe de discussion débat, l'étudiant retranscrit l'ensemble des paroles enregistrées. Il souligne certains éléments et note sur une feuille à côté, les différentes constatations effectuées.

- Je remarque que les points de vue divergent selon les âges.
- Le plus souvent, les personnes de la même génération sont d'accord entre elles.
- Les personnes les plus âgées ont tendance à s'énerver plus rapidement pour parler de ces nouvelles technologies qu'ils ne comprennent pas toujours.

- Les plus jeunes personnes présentes (18-25 ans) ne comprennent pas forcément comment on peut se passer de ces technologies, bien qu'ils aient conscience qu'il peut être utile de faire des coupures avec celles-ci.
- Seules les personnes les plus jeunes ont sorti leur portable au moins une fois durant l'heure d'échange. Les plus âgés sont restés concentrés sur la discussion sans regarder leur téléphone portable (il faut dire qu'ils avaient une montre pour regarder l'heure).

5.5. Analyses et conclusion

- Dans une étude quantitative : Les résultats de l'étude quantitative peuvent être présentés sous forme de tableau statistique. Ces résultats peuvent également être exprimés sous forme de graphiques (ex portion de fromage) :

Le tableau statistique ou les graphiques qui présentent les résultats de l'étude quantitative peuvent être accompagnés d'une petite conclusion écrite.

- Dans une étude qualitative : Après avoir rédigé la retranscription, l'étudiant peut passer à l'étape de la rédaction de sa conclusion. Celle-ci se base sur les éléments soulevés lors de sa discussion de groupe, et révélés par l'étape de la retranscription. La conclusion reprend de manière synthétique les propos, les accords et les désaccords des participants.

6. L'Analyse des résultats d'une enquête

Après avoir mené son enquête, l'étudiant chercheur doit analyser les résultats obtenus pour proposer une conclusion.

Selon l'étude menée, qualitative ou quantitative, les résultats ne prendront pas la même forme.

6.1. Résultats de recherche pour une étude qualitative : Les résultats d'une étude qualitative s'expriment par des mots. La conclusion reprend les diverses informations collectées par l'intermédiaire des outils de l'étude qualitative.

Le chercheur présente ses résultats avec des mots, autour d'une argumentation construite à partir de sa propre analyse.

6.2. Résultats de recherche pour une étude quantitative :

Les résultats d'une étude quantitative s'expriment par des données chiffrées. L'étudiant chercheur présente à travers un tableau statistique ou à l'aide d'un ou plusieurs graphique(s), les données chiffrées obtenues au cours de son enquête. Celui-ci peut accompagner l'établissement de son tableau et de son graphique, d'un paragraphe relatant les principaux enseignements de son étude quantitative.

6.3. Établir une discussion des résultats obtenus : Cette étape de travail arrive après l'annonce de la conclusion. Elle a pour but de :

- Confirmer ou infirmer vos hypothèses de travail et la validité de vos recherches ;
- Structurer vos conclusions finales ;
- Distinguer la limite de vos résultats ;
- Evoquer de nouveaux travaux de recherche en guise d'ouverture.

Pour parvenir à cela, l'étudiant doit proposer une discussion de ses résultats. C'est à dire annoncer les difficultés rencontrées lors de son enquête, expliquer les limites de son propre travail de recherche, et proposer une ouverture par rapport à son étude.

En organisant sa méthodologie de travail et en s'aidant de l'ensemble des outils analytiques à disposition pour collecter des informations, l'avancée de l'enquête peut se faire de façon plus sereine. C'est d'ailleurs là le but premier d'une méthodologie de travail.

7. La rédaction des résultats de recherche :

L'étudiant doit tout d'abord reprendre son travail et son enquête pour bien avoir en tête les différents facteurs. Pour réaliser une discussion pertinente, l'étudiant chercheur doit se rappeler de quelques questions :

- Quelles étaient mes hypothèses de départ ?
- Qu'est-ce que je cherchais à savoir, à comprendre, avant le début de mon enquête ?
- Quelle était ma problématique ?
- Quel était le cadre de mon sujet ?
- Quels enseignements ai-je tiré dans ma conclusion ?

L'ensemble de ces éléments doit permettre d'avoir une vision claire de l'enquête pour pouvoir ensuite proposer les limites de celle-ci ainsi qu'une ouverture.

Pour proposer une analyse des résultats de recherche, l'étudiant chercheur doit, à partir de ce qui a été dit, suivre 3 étapes de travail.

7.1. Présenter son enquête

Plus qu'une simple conclusion, cette partie vise à présenter son enquête dans son ensemble : aussi bien les interrogations, les doutes, que les résultats finaux. Il s'agit ici de discuter des résultats obtenus en mettant en exergue les différents arguments dans l'ordre de leur importance (du plus petit argument au plus fort).

Le but de cette présentation est de proposer un argumentaire démontrant en quoi la réalisation de votre enquête a apporté des nouveaux éléments par rapport au sujet ou phénomène étudié.

L'énonciation de ces arguments doit également vous amener à expliquer si les résultats finaux ont répondu ou non à vos attentes. Dans ce sens, vous devez expliquer pourquoi votre enquête est parvenue à satisfaire vos attentes ou non.

Cette étape de travail peut servir d'introduction pour la partie sur les limites de votre enquête.

7.2. Énoncer les limites des résultats

À travers ses résultats de recherche, l'étudiant chercheur doit accorder au moins un paragraphe pour présenter les limites de son enquête. Les limites pointées du doigt doivent être accompagnées de suggestions pour que celles-ci soient évitées lors de prochaines études.

Cette partie du travail est extrêmement importante : elle montre notamment au jury que l'étudiant a conscience des limites de son étude et que son sens critique lui permet de voir les potentiels angles morts de sa propre étude.

Il est important de rajouter ici comme remarque que lorsque l'étudiant évoque les limites de son enquête, il doit aussi faire attention à ce qu'il ne dénigre pas l'ensemble de son enquête avec des critiques trop nombreuses ou trop longues.

7.3. Proposer une ouverture

Cette étape consiste à proposer de nouvelles pistes de recherche par rapport au sujet ou au phénomène étudié. Ce travail permettra au jury de constater que l'étudiant arrive à situer son sujet dans un contexte général plus large.

Les pistes de réflexions s'établissent à partir des enseignements fournis par l'enquête de l'étudiant. Cela permet notamment de valoriser l'enquête en démontrant que celle-ci fait naître de nouvelles pistes de travail à propos du sujet ou phénomène étudié.

Exemple complet de présentation de résultats de recherche :

Après avoir conclu son étude qualitative ou son étude quantitative, l'étudiant chercheur peut discuter des résultats de ses recherches. Le tableau suivant est un exemple illustratif pour résumer les étapes à suivre pour analyser les résultats obtenus grâce à une étude qualitative sur l'efficacité de l'entreprise publique, cas d'Air Algérie.

Présentation des résultats pour une étude qualitative

Sujet : L'efficacité d'une entreprise publique : exemple Air Algérie

Problématique : Comment s'explique la mauvaise image de marque d'Air Algérie ?

Hypothèses :

- L'utilisation quotidienne des usagers n'est pas bonne.
- Les prix sont trop élevés.
- Les grèves renforcent le mécontentement des usagers.
- Être contre cette entreprise publique, c'est une habitude et une pratique devenues presque culturelles.

Outil utilisé : Le *focus group*

Conclusion : Le *focus group* a permis de déceler plusieurs dysfonctionnements dans l'efficacité de la cette entreprise publique Les individus présents lors de cette réunion ont ainsi pointés :

Les retards jugés trop fréquents à Air Algérie.

Le manque d'efficacité dans la politique de remboursement en cas de retard ou d'annulation.

Les prix souvent trop élevés, notamment pour les familles.

Le service client défectueux et les dédommagements en cas de retard

Analyse résultats de recherche :

- Présenter l'enquête : L'enquête porte sur l'efficacité de l'entreprise publique Air Algérie. Le but est ici de comprendre en quoi cette efficacité est sans cesse remise en question.

Le but de l'enquête est de récolter auprès d'utilisateurs réguliers, les avis pour pointer du doigt les différents dysfonctionnements de l'entreprise publique.

Pour y parvenir, le *focus group* (outil analytique qualitatif) permet de regrouper une dizaine de personnes représentatives de la population algérienne pour collecter les avis.

À l'inverse du questionnaire ou du sondage, cette méthode qualitative permet d'analyser le fond du sujet à travers les échanges avec les personnes présentes.

- Énoncer les limites : L'étude qualitative ne permet pas de démontrer un fait statistiquement, ce qu'une étude quantitative aurait permis.

L'enquête repose seulement sur une dizaine de personnes, la représentativité n'est pas scientifiquement juste.

Le *focus group* était assez orienté pour comprendre ce qui ne va pas, et pas assez pour comprendre ce qui est efficace à Air Algérie.

- Proposer une ouverture : L'arrivée et le développement de nouveaux concurrents comme les trajets en bus, ne vont-ils pas pousser Air Algérie à augmenter l'efficacité de ses services ?

Partie 4. L'échantillonnage dans les études quantitatives et qualitatives

Dans cette partie nous verrons les points suivants :

- 1. Échantillonnage**
- 2. Étude quantitative : définition, techniques, étapes et analyse**
- 3. Étude qualitative : définition, techniques, étapes et analyse**

Partie 4. L'échantillonnage dans les études quantitatives et qualitatives

1. Échantillonnage

Étudiants ou professionnels, nombreux sont ceux qui ont recours à l'étude empirique, dans un travail de recherche. Que l'étude soit qualitative ou quantitative, l'échantillonnage permet de récolter des informations pertinentes à partir d'un public cible, afin de répondre à la problématique et aux hypothèses de départ.

1.1. Définition de l'échantillonnage

L'échantillonnage est un procédé qui permet de définir un échantillon dans un travail d'enquête. Il s'agit d'étudier une partie sélectionnée pour établir des conclusions applicables à un tout. En d'autres termes, l'échantillonnage est une sélection précise de personnes ciblées pour réaliser un entretien, un focus group, un sondage ou un questionnaire.

1.2. Les types d'échantillonnage

Pour effectuer un échantillonnage, vous avez deux options :

- L'échantillonnage représentatif (« non probabiliste »)
- L'échantillonnage aléatoire (aussi appelée « méthode probabiliste »).

a. L'échantillonnage non probabiliste :

Un échantillon non probabiliste, souvent utilisé dans une étude quantitative (questionnaire ou sondage), est défini comme représentatif lorsqu'il a les mêmes caractéristiques que la population étudiée (population mère).

Un échantillon représentatif peut se faire à travers l'utilisation de la technique des quotas.

Exemple : Dans le cadre d'un mémoire sur la consommation d'alcool en France, l'étudiant chercheur doit réaliser un échantillon représentatif de la population française en terme d'âge,

de genre, de CSP... L'étudiant étudiera donc un échantillon de 1 000 personnes ayant les caractéristiques suivantes :

- 51 % de femmes et 49 % d'hommes
- 20 % de population rurale et 80 % de population urbaine
- 20,5 % d'ouvriers, 27,5 % d'employés, 25,5 % de professions intermédiaires, 18,5 % de cadres, 6,5 % d'artisans et 1,5 % d'agriculteurs.

b. L'échantillonnage aléatoire :

L'échantillonnage aléatoire (ou "méthode d'échantillonnage probabiliste") est déterminé à partir d'une procédure de tirage aléatoire statistique. Cette méthode est très simple à mettre en œuvre, à condition de pouvoir respecter la règle de base suivante : « chaque individu de la population doit avoir la même probabilité que les autres, connue à l'avance, d'être choisi pour figurer dans l'échantillon ».

Le principe consiste à disposer d'une liste exhaustive de la population, numérotée de 1 à N. Une bonne comparaison est celle du tirage du loto : chaque individu est repéré par une boule ; on met les boules dans une urne, on secoue et on tire les boules.

Malgré le hasard, la représentativité de l'échantillon aléatoire est assurée par les lois statistiques de la probabilité.

Tableau n 4 : Différences entre échantillon probabiliste et un échantillon non probabiliste

Type d'échantillonnage	Caractéristiques	Avantages	Limites
L'échantillonnage non probabiliste	Chaque individu a les mêmes caractéristiques que la population étudiée.	On obtient des résultats statistiques pertinents. Le chercheur connaît précisément le taux de représentativité de son échantillon.	Il faut du temps pour mener à bien un échantillonnage représentatif.
L'échantillonnage probabiliste	Se base sur le hasard à travers un tirage au sort aléatoire.	Facile à mettre en place par rapport à l'échantillonnage non probabiliste. Permet de calculer des seuils et intervalles de confiances face aux résultats obtenus.	Le chercheur contrôle moins la parfaite représentativité de son échantillon (il faut avoir une base d'échantillonnage précise)

Source : élaboré par nous-mêmes à travers plusieurs références

1.3. Les règles de base de l'échantillonnage

Pour réaliser un échantillonnage de façon correcte, il faut respecter les règles suivantes :

a. Bien choisir les personnes à interroger

Les caractéristiques de l'échantillonnage sont strictes : pour être efficace, il ne vous faut interroger que les individus susceptibles de vous apporter des informations pertinentes pour votre recherche.

Pour respecter la règle de la représentativité de l'échantillonnage, on doit cibler les personnes interrogées.

Exemples : Sur un mémoire portant sur la théorie économique de destruction créatrice de Joseph Schumpeter, inutile d'interroger vos proches (non-experts) pour augmenter la taille de l'échantillon. Il faudrait plutôt interroger un économiste.

b. La taille de l'échantillon en fonction de l'étude

Une étude empirique peut être menée par le biais d'une étude qualitative ou une étude quantitative. À travers le type d'étude et la technique d'enquête utilisée, la taille de l'échantillon varie.

- la taille de l'échantillon dans une étude qualitative :

Lors d'une étude qualitative, la taille de l'échantillon peut être extrêmement restreinte. En fonction des informations que vous voulez obtenir, il est important de sélectionner la bonne personne à interroger.

Exemple : Dans le cadre d'un mémoire au sujet très technique sur l'évolution de la théorie économique de la destruction créatrice de Joseph Schumpeter au XXIème siècle, l'étudiant peut interroger un professeur d'économie ou un économiste.

L'expert va pouvoir apporter des réponses précises sur des connaissances qu'il possède. Réaliser un sondage avec plusieurs dizaines de personnes qui ne possèdent pas les connaissances nécessaires, serait inutile.

- la taille de l'échantillon dans une étude quantitative :

Dans le cadre d'une étude quantitative, l'échantillon à étudier doit être le plus représentatif possible de la population ciblée.

Cet échantillon doit également être assez important, afin d'obtenir des données statistiques pertinentes et une conclusion efficace.

Exemple : Sur un mémoire portant sur le rapport des Français à la littérature et la lecture, l'étudiant devra interroger un échantillon représentatif de la population française : exemple 51

% de femmes et 49 % d'hommes. Pour être pertinent, l'échantillon devra comporter au moins 500 personnes.

Vous devrez interroger un panel de personnes de différents âges et différentes catégories sociales.

Pour que les résultats statistiques de votre sondage ou de votre questionnaire aient un intérêt pour votre travail, vous devez vous assurer qu'il comporte une bonne représentativité.

1.4. Echantillonnage et techniques d'interrogation

Selon le type de l'étude et de l'outil employé pour récolter des informations, l'échantillon à interroger le sera de différentes façons.

a. Le choix de l'échantillon dans le cas d'un entretien semi-directif ou libre, l'échantillon à questionner est de petite taille. L'étudiant a donc le temps d'interroger la personne en face à face, pendant plus d'une heure.

b. Le choix de l'échantillon dans le cas d'un entretien directif, qui se trouve à mi-chemin entre l'étude qualitative et l'étude quantitative, l'étudiant a le choix entre réaliser ces entretiens en face à face s'il a le temps, ou bien par e-mail, téléphone ou via les réseaux sociaux, si le nombre d'entretiens devient trop conséquent.

c. Le choix de l'échantillon pour un focus group, l'échantillon d'une dizaine de personnes doit obligatoirement être interrogée lors d'une réunion organisée avec tous les participants.

d. Le choix de l'échantillon dans le cas d'un sondage ou un questionnaire, l'échantillon doit souvent représenter plus de 500 personnes. Pour interroger ce grand nombre de personnes, l'étudiant peut envoyer son formulaire de question par e-mail ou par le biais des réseaux sociaux.

1.5. Les étapes de préparation d'un échantillonnage :

Avant de se lancer dans son enquête, il est utile de préparer son échantillonnage en suivant plusieurs étapes importantes.

a. Définir une problématique et des hypothèses.

b. Choisir le type d'étude (qualitative ou quantitative).

c. Choisir l'outil le plus adéquat (entretien, focus group, questionnaire, sondage) car la taille de l'échantillon n'est pas la même selon l'outil employé.

d. Définir un échantillon efficace :

Un questionnaire ou un sondage demanderont un échantillon large de personnes (+500) alors qu'un focus group ou entretien beaucoup moins (une dizaine d'individus, voir juste 1 ou 2).

e. Constituer un échantillon :

si votre échantillon est volumineux (sondage ou d'un questionnaire), vous devez effectuer un échantillonnage représentatif de la population concernée par votre sujet. Pour un focus group, assurez-vous que votre groupe soit représentatif. Pour un entretien, l'échantillon sera le plus souvent constitué de quelques personnes (un expert par exemple).

f. Cadrer votre échantillonnage :

Définissez un début et une fin à votre étude ("saturation théorique").

La démarche consiste à rechercher de l'information jusqu'à ce que les données recueillies ne permettent plus de les enrichir et jusqu'à ce qu'il soit impossible de rejeter les propositions, c'est-à-dire jusqu'à la saturation théorique (Thiétart et al, 1999).

2. Étude quantitative : définition, techniques, étapes et analyse

L'étude quantitative peut être utilisée par des professionnels, ou bien des étudiants dans le cadre d'un mémoire ou d'une thèse de doctorat.

Cette partie de notre cours propose une présentation générale de l'étude quantitative, ainsi que des explications pour aider l'étudiant chercheur à l'utiliser. Elle présente les différentes techniques de l'étude quantitative et explique comment préparer, mener, et analyser les résultats.

2.1. Définition de l'étude quantitative

L'étude quantitative est une technique de collecte de données qui permet au chercheur d'analyser des comportements, des opinions, ou même des attentes en quantité. L'objectif est souvent d'en déduire des conclusions mesurables statistiquement, contrairement à une étude qualitative.

Dans un travail de recherche, l'étude quantitative permet de prouver ou démontrer des faits en quantifiant un phénomène. Cette technique d'étude utilise le questionnaire ou le sondage auprès d'un panel pour récolter des données à analyser. Les résultats, exprimés en chiffres, prennent la forme de données statistiques que l'on peut représenter dans des graphiques ou tableaux.

« La recherche quantitative permet de mieux tester des théories ou des hypothèses. La recherche quantitative est appropriée lorsqu'il existe un cadre théorique déjà bien reconnu. L'étude quantitative ne converge que très rarement sur un seul cadre, elle en propose souvent plusieurs. Il faut alors les comparer et les combiner » (Giordano et Jolibert, 2016).

2.2. Les techniques de l'étude quantitative

Pour mener une étude quantitative, l'enquêteur doit sélectionner avec précision un échantillon représentatif de la population étudiée. Cette représentativité permet aux résultats d'être pertinents. Nous rappelons que pour mener une étude quantitative, l'enquêteur dispose de deux outils :

- Le sondage : pour poser une question.
- Le questionnaire : pour poser plusieurs questions.

Le chercheur doit choisir quel outil sera le plus adapté pour lui apporter des informations pertinentes sur son sujet de recherche. Pour un sondage ou un questionnaire, les questions sont fermées, semi ouvertes parfois même ouvertes (nous verrons ces types de questions dans la dernière partie de ce polycopié).

- L'échantillonnage : Avant de commencer une étude quantitative, l'enquêteur doit faire remplir une partie sur les informations personnelles de la personne interrogée. Cette partie est utile pour connaître le sexe, l'âge, et la situation sociale des individus interrogés, et ainsi contrôler la représentativité de l'échantillon (ex : 51 % de femmes et 49 % d'hommes).

- Le sondage : Le sondage permet d'obtenir une réponse précise sur une question donnée. Cette question est posée à un échantillon représentatif d'individus, c'est-à-dire que les personnes interrogées doivent représenter la population étudiée en théorie. Comme pour le questionnaire, le sondage donne la possibilité au chercheur d'établir des données statistiques. L'analyse de celles-ci permettra à l'enquêteur de construire sa conclusion.

Le sondage ne permet pas d'échanger longuement avec les personnes interrogées.

Exemple : dans le cadre d'un mémoire sur l'efficacité du réseau ferroviaire dans le pays, le sondage permet de savoir quel est le taux de satisfaction des usagers.

Question : le service proposé par l'entreprise ferroviaire à l'année est-il à la hauteur de vos attentes ? Oui Non

Le résultat donne directement un pourcentage sur cent pour les Oui et pour les Non.

- Le questionnaire : Le questionnaire permet de poser plusieurs questions à un échantillon représentatif de la population étudiée. Il fournit des réponses statistiques sur des sujets précis. L'analyse et la comparaison entre les réponses sont alors simples à réaliser.

Les questions, souvent courtes, peuvent être ouvertes ou fermées.

Exemple : Pour un mémoire sur l'efficacité du réseau ferroviaire du pays, le questionnaire pourrait permettre de connaître la satisfaction ou l'insatisfaction des usagers sur divers aspects de l'entreprise.

Question : Comment jugez-vous l'efficacité des services de l'entreprise ferroviaire

Très efficace

Efficace

Pas efficace

Pas du tout efficace

Exemple de réponse :

Très efficace : 4 %, Efficace 9 %, Pas efficace : 31 %, Pas du tout efficace : 52 %

À travers le questionnaire, l'enquêteur peut étudier l'avis d'individus, sans pour autant connaître le fond de leur pensée.

2.3. Les 3 phases de l'étude quantitative :

Une étude quantitative se fait généralement en trois phases, d'abord le recueil de l'information, ensuite son traitement et enfin son analyse :

Phase 1 : **Recueillir l'information** : De la qualité de cette étape dépend l'efficacité de votre étude. À partir de la pertinence des questions posées, votre conclusion apportera à votre étude un intérêt particulier.

Phase 2 : **Traiter l'information** : Lors de cette étape, les informations récoltées doivent être mises en forme pour pouvoir être analysées.

Phase 3 : **Analyser l'information**

À partir des informations récoltées et recoupées sous forme d'un tableau statistique ou d'un graphique, vous pouvez analyser ces résultats et rédiger votre conclusion sous forme de texte. Pour mener une étude quantitative efficacement, il est utile de respecter ce processus en 3 phases qui se décline en sept étapes comme suit :

- **Délimiter la question de recherche** : établissez une problématique autour du phénomène que vous étudiez. Le but de votre étude quantitative est d'apporter une réponse à cette problématique grâce à l'interprétation de données statistiques récoltées.
- **Choisir une méthode adaptée** : le questionnaire ou le sondage. Effectuer ce choix selon les réponses que vous cherchez à obtenir :
 - Établir un constat précis sur une question précise : le sondage.
 - Questionner plusieurs individus sur plusieurs aspects d'une problématique : le questionnaire.
- **Définir l'échantillon** : la qualité de votre étude dépend de la qualité de votre échantillon. Selon le sujet, tentez de trouver un échantillon pertinent grâce à votre famille, vos proches, vos collègues ou les réseaux sociaux.
- **Préparer l'enquête** : avant de rédiger votre enquête, assurez-vous de maîtriser un minimum le sujet. Cela vous permettra de savoir quelles informations vous souhaitez obtenir, et ainsi poser des questions plus pertinentes.
- **Réaliser l'enquête** : récoltez les réponses de votre échantillon à votre étude quantitative. Il est possible de les récolter de différentes manières : en ligne, dans la rue, auprès de votre entourage, sur des sites spécialisés...
- **Analyser les résultats obtenus** : après avoir mené votre enquête, reprenez les résultats. Dans une étude quantitative, vous pouvez les mettre en forme grâce à un tableau ou un

graphique. Cette mise en page des résultats obtenus vous aidera à réaliser une analyse pertinente, et une conclusion efficace.

- **Présentation dans un travail de recherche** : les données collectées, analysées, et expliquées sous forme de conclusion de l'enquête, peuvent être présentées dans un document académique (thèse, mémoire, article scientifique).

2.4. Étude quantitative et analyse des données :

Dès lors que vous avez collecté les données, il s'agit de les analyser. Selon l'objectif de recherche, il existe plusieurs approches possibles. Le but est de mettre en valeur les résultats obtenus pour en tirer un maximum d'informations. Pour cela, on peut les illustrer sous forme :

- De tableau statistique.
- De graphique.

Cela doit permettre de :

- Mettre en relief des régularités dans les réponses obtenues.
- Donner une explication au phénomène étudié.
- Soulever de nouvelles interrogations.
- Comprendre d'autres dimensions du phénomène étudié.

Afin d'analyser les données récoltées avec un questionnaire ou un sondage, il peut être utile de suivre quelques étapes importantes :

- Reprenez les résultats obtenus et retranscrivez-les dans un tableau statistique ou un graphique.
- Analyser le tableau ou le graphique pour noter vos premières constatations.
- Réaliser si nécessaire des comparaisons entre les différents résultats. Par exemple pour un questionnaire, étudiez les réponses selon les âges, les professions, la catégorie sociale ... cela peut vous apporter des informations supplémentaires.

- Les résultats chiffrés de votre étude quantitative peuvent être accompagnés d'une conclusion écrite qui évoque ce que révèlent ces chiffres.

3. Étude qualitative : définition, techniques, étapes et analyse

Un grand nombre de personnes sont amenées à réaliser une étude qualitative : un étudiant qui effectue des recherches pour son mémoire ou un professionnel qui doit mener une étude de marché. Cette partie du cours complète la précédente et permet de présenter l'étude qualitative sous tous les angles, de ce fait, l'étudiant apprendra, à mener ce type d'enquête et à analyser les résultats obtenus.

3.1. Définition de l'étude qualitative

« Le but de la recherche qualitative est de développer des concepts qui nous aident à comprendre les phénomènes sociaux dans des contextes naturels (plutôt qu'expérimentaux), en mettant l'accent sur les significations, les expériences et les points de vue de tous les participants. » (Mays et Pope, 1995, p. 43).

À la différence de l'étude quantitative, l'étude qualitative est une méthode qui permet d'analyser et comprendre des phénomènes, des comportements de groupe, des faits ou des sujets. L'objectif n'est pas d'obtenir une quantité importante de données, mais d'obtenir des données de fond (de qualité).

Cette méthode de recherche descriptive se concentre sur des interprétations, des expériences et leur signification. Son approche compréhensive peut être utilisée dans beaucoup de domaines comme dans les sciences sociales, l'histoire ou les études de marché (notamment en marketing).

3.2. Les techniques de l'étude qualitative :

L'étude qualitative s'appuie sur une collecte de données qualitatives qui sont obtenues grâce à trois méthodes principales : l'observation, l'entretien et le focus group.

a. L'observation : Est une technique très utilisée dans les études qualitatives et permet une analyse du réel : elle permet de décrire des comportements, des lieux, des situations et des émotions auxquels vous assistez en tant qu'observateur. L'étudiant ou le professionnel peuvent choisir entre *l'observation participante* (s'immerger pleinement dans l'expérience et y prendre part) ou *non-participante* (ne pas faire partie du cadre social observé).

Plusieurs techniques existent :

- **L'observation incognito :** Observer sans être vu ni dévoiler sa démarche de recherche.
- **L'observation à découvert :** Observer en ayant informé les personnes observées de la démarche de recherche.
- **L'observation armée :** observer et posséder un instrument (ou une personne) qui propose les questions aux sujets et enregistre les réponses.

b. Les entretiens :

Pour effectuer une étude qualitative, vous pouvez aussi faire passer des entretiens. L'entretien permet à l'étudiant de récolter des données verbales qui sont récoltées grâce à des questions (préparées ou non).

Cette seconde technique de l'étude qualitative permet de comprendre le sujet à partir d'interprétations des données récoltées lors des témoignages. L'étudiant peut choisir entre :

- L'entretien directif.
 - L'entretien semi-directif.
 - L'entretien non-directif.
- **Le focus group :** Cette technique consiste à rassembler des individus pour comprendre leur comportement à l'égard d'un phénomène, d'un sujet ou d'un produit. Ce protocole d'enquête

permet de recueillir l'opinion de plusieurs personnes à la fois dans un environnement social spécifique. Il est souvent adopté pour établir une enquête qualitative de marché.

Cette technique permet aussi d'étudier les relations sociales entre les personnes présentes. La présence d'autrui permet de mettre les individus sous une pression qui révèle certains comportements.

c. Les autres techniques de l'étude qualitative : Pour mener à bien une étude qualitative, d'autres méthodes peuvent également être utilisées.

- **Le recueil documentaire :** Le recueil documentaire permet de collecter des informations à partir d'écrits déjà existants sur le sujet de recherche (documents externes : sites Internet, plaquettes, documents internes, rapports d'activités, organigrammes...).

- **L'analyse de discours :** Cette méthode revient à étudier un discours pour en faire ressortir des données à analyser par la suite.

- **L'analyse de politiques publiques :** Cette méthode revient à étudier ce qui est fait par le gouvernement. On s'intéresse à la manière employée par celui-ci dans un domaine en particulier. On analyse les effets induits par les actions de l'État.

3.3. Les spécificités des techniques de l'étude qualitative :

La recherche qualitative est généralement interprétative : il ne s'agit pas de tester des théories, mais bien de comprendre un phénomène donné à partir d'interprétations, de témoignages ou d'opinions recueillis. Dans un mémoire ou une thèse, on met en place une étude qualitative :

- Dans des situations complexes.
- Quand la recherche porte sur des pensées, du sens ou de l'expérience.
- Pour déterminer les variables pertinentes d'une future étude quantitative.
- Pour approfondir les corrélations inattendues d'une étude quantitative.

- Lorsqu'un chercheur a une objection fondamentale à quantifier différents aspects de l'existence humaine.

Les diverses méthodes de recherche qualitative (comme les entretiens ou les observations) ont les caractéristiques suivantes :

- Le chercheur n'a généralement pas une idée claire des concepts et des résultats qui seront pertinents.
- Le plan de recherche est souvent plus flexible qu'avec des études quantitatives.
- La recherche est effectuée dans des environnements « réels ».
- La construction de la théorie est plus importante que les tests théoriques.
- Les hypothèses ne se vérifient (presque) jamais.

3.4. Les huit étapes de réalisation d'une étude qualitative

Afin de mener une étude qualitative qui soit le plus efficace possible pour le travail de recherche effectué, il est utile de respecter un processus défini.

a. Délimitation de la question de recherche : il faut établir une problématique autour du phénomène, du sujet ou du fait à analyser.

b. Hypothèses : à partir de la question de recherche, il faut définir des hypothèses à vérifier avec une méthode de recherche qualitative.

c. Choix de la méthode : choisir la méthode qui correspond le mieux à la recherche et le sujet choisi (observations, entretien, focus group ...).

d. Définition de l'échantillon : poursuivre désormais en définissant l'échantillon (Qui questionner ? Combien de personnes ?). S'interroger aussi sur la pertinence de l'échantillon par rapport aux hypothèses.

e. Préparation : penser à bien cadrer la recherche, à maîtriser au mieux le sujet, à savoir exactement ce qu'on veut obtenir comme informations.

f. Collecte des données qualitatives : collecter les données qui apporteront des éléments de réponse essentiels.

g. Analyse : il faudra retranscrire, décrypter et utiliser un codage pour analyser les données. Ensuite écrire la conclusion de l'étude qualitative à partir des éléments analysés.

h. Présentation dans un travail de recherche : les données collectées et analysées peuvent désormais être présentées dans un document académique (thèses, mémoire, article scientifique...).

En résumé, le processus de l'étude qualitative étudié ci-dessus se décline en trois phases de travail.

- Phase 1. Recueil de l'information : Cette première étape du travail est primordiale : la crédibilité de votre étude qualitative repose sur la qualité et l'intérêt des informations recueillies (via : observation, entretiens, Focus group)
- Phase 2. Traitement de l'information : Cette phase doit faire le lien entre le recueil de l'information et l'analyse : il s'agit ici de synthétiser les données récoltées afin de produire en phase 3, une analyse la plus pertinente possible (retranscription, synthèse, tableau récapitulatif) ;
- Phase 3. Analyse de l'information : Dans un troisième temps, l'analyse des données retranscrites et synthétisées vous permettra d'élaborer votre conclusion (analyse des données, conclusion).

3.5. L'analyse des données d'une étude qualitative

Une fois collectées, il faut analyser les données qualitatives obtenues. Plusieurs approches sont possibles en fonction de l'objectif de recherche :

- Mettre en exergue des régularités.
- Expliquer la signification d'un texte ou comportement.
- Apporter une nouvelle réflexion.
- Étudier différentes dimensions d'un concept.

Pour analyser des données récoltées par entretien, il est possible de procéder de la façon suivante :

- Retranscrire l'entretien : des logiciels existent pour cela ;
- Étudier le texte et le codifier : utiliser le même système de codification pour les différents entretiens effectués.
- Comparer les codifications et rechercher des régularités : ces modèles forment la base de l'analyse finale.
- Les résultats de l'étude qualitative sont généralement décrits avec des mots, mais il est aussi possible d'utiliser des tableaux, graphiques ou des images.

À noter que des logiciels spéciaux sont disponibles pour l'analyse d'une étude qualitative, tels que NVivo.

Partie 5 : Les règles de conception d'un bon questionnaire

Dans cette partie nous verrons les points suivants :

- 1. Les étapes de conception d'un questionnaire**
- 2. Les rubriques composant le questionnaire**
- 3. Les types de questions**
- 4. Principes de formulation des questions**

Partie 5 : Les règles de conception d'un bon questionnaire

Vu l'importance du questionnaire dans la méthodologie de collectes des informations, nous lui avons consacré une partie exclusive. Les étudiants ont souvent recours à cette outil et nous allons tenter d'aller dans le détail afin qu'ils puissent améliorer la qualité des informations à collecter et d'éviter les erreurs qui parfois les écartent de l'objectif principale ou ne permettent pas de collecter les informations voulues de la manière la plus optimale.

1. Les étapes de conception d'un questionnaire :

1.1. Ce qu'est un questionnaire : Même si nous avons déjà parlé du questionnaire à plusieurs reprises et l'avons déjà défini, il nous semble très importants d'insister sur le fait que c'est un **outil de collecte** d'informations qui se présente sous forme d'une suite de **questions standardisées** ce qui permet de normaliser et faciliter le recueil de témoignages.

Le questionnaire est plus adapté pour recueillir des informations précises auprès d'un **nombre important** de participants. Les données recueillies sont facilement quantifiables (excepté lors de questions ouvertes).

Généralement, on parle de questionnaire lorsque le répondant **est seul** pour répondre aux questions posées.

1.2. Méthodologie d'élaboration d'un questionnaire :

Pour préparer son enquête et élaborer son questionnaire, l'étudiant chercheur peut recourir à la méthodologie suivante :

- Objectif de l'enquête ;
- Structure du questionnaire ;

- Rédiger les questions ;
- Choix du mode d'administration et de l'échantillonnage ;
- Tester le questionnaire ;
- Administration le questionnaire ;
- Saisir les réponses ;
- Analyser les résultats ;

a. Objectif enquête :

Définir précisément le champ de l'étude. Qu'est-ce que l'on souhaite étudier, qu'est-ce que l'on souhaite savoir ?

Avant de rédiger un questionnaire, il faut être en quelque sorte un spécialiste du problème à analyser. Un bon questionnaire n'a pas pour finalité de connaître un problème, mais d'en quantifier les composants.

b. Structure questionnaire :

Définir la structure générale du questionnaire avec ses parties et ses sous parties. Une enquête comporte souvent quatre grands types de questions :

- Questions relatives aux **comportements** ;
- Questions relatives aux **opinions** ;
- Questions relatives aux **motifs** ;
- Et des questions relatives à l'**identité du répondant**.

Il est conseillé de poser toujours les questions dans cet ordre parce qu'il est plus simple de parler des comportements (de **ce que l'on fait**) que des opinions (**ce qu'on en pense**). Il est ensuite possible, d'aborder les raisons des choix (**le pourquoi**) et les **questions personnelles**.

Cette organisation permet de passer progressivement à des questions de plus en plus personnelles.

c. Rédiger de façon rigoureuse chaque question

Définir précisément ce que la question cherche à savoir, puis rédiger la question en adéquation avec son objectif (nous reviendrons sur ça dans le point consacré à la formulation des questions).

d. Modalités administration et choix de l'échantillonnage :

Nous n'allons pas nous attarder sur ce point puisque nous l'avons déjà détaillé dans la partie consacré à la méthodologie de recueil des informations, cependant, il est utile de rappeler ici que la conception du questionnaire nécessitent aussi de définir en parallèle le profil des personnes à interroger, la méthode d'échantillonnage à adopter (probabilistes ou non probabilistes : revoir la partie consacrée à l'échantillonnage dans ce cours) et le mode d'administration le plus adéquat.

Le nombre de questionnaires à administrer doit être suffisant pour obtenir des réponses représentatives du panel et pour atténuer le poids des réponses atypiques.

e. tester le questionnaire :

Avant de lancer l'enquête, il faut tester le questionnaire sur un petit effectif représentatif. Ce test permet de contrôler l'ordre des questions, leur compréhension puis corriger éventuellement le questionnaire en fonction des problèmes rencontrés.

Il est important de mentionner ici que les unités choisies ne doivent pas faire partie de l'échantillon final.

f. Administrer le questionnaire

Pour mener cette étape, il faut respecter les règles définies dans l'étape liée aux modalités d'administration et du choix de l'échantillonnage. Il est aussi important d'éviter l'administration auprès des amis ou camarades de classe qui permet de gagner du temps mais biaise les résultats.

g. Saisir les réponses sur une application

Avant de saisir le questionnaire sous SPSS, il est nécessaire d'avoir une certaine maîtrise, d'une part, des différents modèles d'analyse statistique et d'autre part du logiciel SPSS lui-même.

SPSS est un logiciel bien adapté pour l'analyse des questionnaires, à l'inverse de l'Excel, SPSS est capable de réduire considérablement le temps de de la saisie des données.

Mais pour procéder à la mise en place de chacune des questions du questionnaire dans SPSS, il convient d'abord de voir quels sont les types de variables contenues dans le questionnaire en vue de réaliser leur codification. Puis saisir ces mêmes variables dans la fenêtre des données.

La codification est un chiffrage qui consiste à attribuer un chiffre à chaque modalité d'une variable. De cette façon, il sera possible de procéder au traitement des données à l'aide de l'outil informatique.

Cependant, la codification sera plus appropriée si les questions seront sans ambiguïté et les réponses seront claires et homogènes et assez courtes.

h. Analyser les résultats

La rédaction d'une petite observation ou d'un petit commentaire n'est pas suffisante, il faut aussi analyser les résultats. Pour analyser les résultats de l'enquête, il faut préparer des tableaux de tri à plat et de tri croisé.

Un tri à plat restitue la distribution des différentes réponses obtenues à une question unique dans le cadre d'un questionnaire d'étude. Par exemple, un tri à plat sur une question d'identification restitue le fait que 60 % des répondants sont des hommes et 40 % des femmes. Le tri à plat se distingue du tri croisé qui lui combine les résultats obtenus sur 2 questions, voire plus. Le tri croisé résulte donc du croisement des résultats obtenus sur deux questions (ou variables) d'un questionnaire. Les tris croisés permettent de mettre en évidence des différences de comportement sur les sous-populations étudiées ou l'existence de variables explicatives et de corrélations entre deux variables. Ils se font le plus souvent en utilisant les questions d'identification.

2. Les rubriques composant le questionnaire

Dans ce qui suit, nous allons les différentes rubriques qui doivent apparaître dans un questionnaire en expliquant l'importance de chacune d'elles :

2.1. L'entête : le nom et numéro de l'enquêteur, le lieu de passage du questionnaire, date et heure.

2.2. Phrase d'introduction :

Par exemple, on peut commencer le questionnaire par une phrase telle que :

Bonjour, madame, monsieur. Nous réalisons une étude sur la qualité de service des opérateurs téléphoniques, auriez-vous l'amabilité de répondre à nos questions. Merci d'avance.

2.3. Les questions éliminatoires (filtres) :

Ce type de questions sert à éliminer les personnes hors cible. Elle a pour vocation de sélectionner une partie de la population étudiée afin de la renvoyer vers une partie précise du questionnaire en fonction de la réponse fournie (ex : si oui, allez à la question 6, si non, allez à la question 9, pour un questionnaire papier). Dans le cadre d'un questionnaire Internet ou

administré par téléphone, la question suivante est automatiquement déterminée à partir de la question filtre.

Exemple : si on interroge les gens sur des éléments en relation avec la possession d'un compte Facebook ou non, alors il faut poser la question : Avez-vous un compte Facebook ?

2.4. La structure du questionnaire :

Un questionnaire doit être composé de plusieurs rubriques, dans chaque rubrique, on regroupe les questions en bloc logiques. Par exemple :

Une rubrique sur : des questions sur les prix ;

Une rubrique sur : des questions sur les motivations et les freins à l'achat ;

Une autre rubrique avec des questions sur la qualité de services ;

Etc.

A l'intérieur de chaque rubrique, il faut adopter une démarche d'entonnoir c'est-à-dire aller du général au particulier.

Par exemple :

- Faites vous des achats par correspondance ?
- Avez-vous déjà acheté sur le web ?
- Avez-vous déjà acheté sur Amazon ?
- Avez-vous déjà acheté un livre sur Amazon ?
- Avez-vous déjà acheté un livre sur Amazon ?

2.5. La fiche signalétique :

Cette rubrique est dédiée à la description de la personne interrogée. Le sexe, l'âge, le revenu, la catégorie socio-professionnelle (CSP).

Il est préférable de mettre des tranches d'âge ou de revenu pour faciliter le travail des tris croisés. Cependant, la taille des tranches dépend du marché choisi, mais il faut éviter que ces tranches se chevauchent (c'est le cas de mettre un intervalle entre 15-**25** ans et un autre intervalle entre **25-35**) aussi il faut éviter les vides pour que tout le monde puisse se placer (15-25 et 27-35).

Dans le cas où la cible est constituée d'un ensemble d'entreprises, alors on demande dans la fiche signalétique : le nom de l'entreprise, son statut juridique, son chiffre d'affaires, le nombre des employés, l'activité principale exercée, etc.

Il est fortement conseillé de mettre la fiche signalétique comme dernière rubrique pour qu'elle ne présente pas un obstacle psychologique qui nuit à la qualité des informations fournies par l'interviewé.

2.6. La phrase de remerciement :

Pour cela, il faut ajouter simplement un commentaire après la toute dernière question, par exemple :

- Nous vous remercions de votre participation.
- Merci pour le temps que vous avez consacré à cette enquête.
- Je vous remercie du temps que vous avez dédié à la réponse à ce questionnaire

3. les types de questions

3.1. Questions fermées à choix unique :

On les appelle aussi les questions dichotomiques, la question dichotomique est une question fermée à laquelle le répondant doit choisir entre deux possibilités, le plus souvent Oui/Non

3.2. Questions fermées à choix multiples :

Ce sont des questions où plusieurs items (cases) sont proposés et où l'interviewé peut en choisir plusieurs.

Exemple : Quelles marques de téléphone avez-vous déjà essayé ? (cochez une ou plusieurs choix)

- Choix 1
- Choix 2,
- Choix 3,
- Choix 4,

3.3. Les questions à classement :

La question de classement demande aux participants de comparer des éléments entre eux en les classant par ordre de préférence. Un classement moyen est calculé pour chaque choix de réponse, ce qui vous permet d'évaluer rapidement le choix de réponse le mieux classé.

Exemple : Citez les 3 pays dans lesquels vous aimeriez passer le plus vos vacances

C'est une question de classement où l'ordre a une importance.

3.4. Les questions semi-ouvertes (ou mixtes)

Une question semi-ouverte se construit au départ comme une question fermée, c'est-à-dire avec proposition de réponses, mais une des réponses proposées est la réponse « autre » et afin de pouvoir savoir ce qui se cache derrière le « autre » il est demandé à l'enquêté de préciser sa réponse.

3.5. Les questions ouvertes (non numérique) :

Question genre « pourquoi » et « comment », il est important aussi de dire que le recours à des questions ouvertes peut aussi donner naissance à des réponses inattendues, qui feront évoluer la recherche dans de nouvelles directions. En outre, leur inconvénient est leur traitement qui demande souvent de faire une analyse de contenu et de grouper les réponses en catégories.

A noter aussi que l'enquêteur risque de se retrouver avec des questions ouvertes sans réponses si les personnes enquêtées ont peu de disponibilité ou peu d'intérêt pour le questionnaire.

3.6. Les questions ouvertes numériques :

La réponse attendue est un nombre. Il faut alors être précis sur l'unité de référence : mois, années, heures, mètres, etc. ; ce qui donne la possibilité de faire des calculs statistiques (moyenne, écart-type, etc.). Dans certains cas, comme nous l'avons déjà mentionné dans la fiche signalétique du questionnaire) on peut même recourir à des intervalles comme par exemple les intervalles qui concernent l'âge de l'interviewé (de 20 à 24 ans, de 25 à 30 ans, etc.).

3.7. Les questions à échelles

Dans ce cas, les participants doivent évaluer chaque proposition sur une échelle exprimant leur opinion ou leur attitude. Cette formulation est adaptée pour repérer des opinions.

a. Exemples d'échelles :

Exemple 1 :

++	+	-	--
----	---	---	----

Exemple 2 :

-2	-1	0	+1	+2
----	----	---	----	----

Exemple 3 :

Tout à fait d'accord	D'accord	Sans opinion	Pas d'accord	Pas du tout d'accord
-------------------------	----------	--------------	--------------	-------------------------

Exemple 4 :

Jamais	Rarement	Assez souvent	Souvent	Toujours
--------	----------	---------------	---------	----------

Il est préférable de construire des échelles paires pour éviter que le répondant opte uniquement pour la position médiane surtout lorsque le questionnaire est un peu long et l'interviewé est pressé de le rendre le plus tôt possible.

Cependant, il y a toujours un risque de réponses "entre les cases", que l'on construise des échelles paires (pas de position médiane possible) ou impaires (risque de n'obtenir que du neutre) ;

b. Exemple de question à échelles d'opinion :

Pour chacune de ces propositions, indiquez si vous êtes "1 = pas du tout d'accord", "2 = plutôt pas d'accord", "3 = plutôt d'accord" ou "4 = tout à fait d'accord".

	1	2	3	4
	--	-	+	++
L'alternance m'a bien préparé à exercer tous les aspects de mon métier.				
L'alternance prépare bien à la recherche d'emploi.				

L'alternance est une formation bien reconnue par les patrons.				
L'alternance est un bon équilibre entre formation théorique et formation pratique.				

3.8. Questions sous forme de tableaux et de grilles :

Cette forme de présentation du questionnaire permet de croiser directement deux questions :
Ce qui permet d'avoir une présentation plus synthétique même s'il faut mentionner le fait que la question de ce type soit un petit peu trop chargée.

Exemples : Quelle est le type de participation des enseignants au projet ? Indiquez le nombre d'enseignants concernés dans chaque case.

Participation au projet	Faible	Moyenne	Forte
Manifestation scientifique			
Articles scientifiques			
Journées d'études			

4. Principes de formulation des questions

Lors de la conception du questionnaire, il faut formuler les questions en fonction du choix du type de questions et respecter quelques principes de formulation.

4.1. Comparaison de 3 formulations différentes sur un même thème

On cherche à connaître l'ensemble des dispositifs de soutien aux élèves en difficulté mis en place dans différents établissements. Voici trois exemples de formulation de questions dans un questionnaire. Leurs avantages et inconvénients respectifs sont analysés.

a. Formulation 1 : question ouverte

Quels sont les dispositifs mis en place dans votre établissement ?

.....
.....
.....

- **Avantages** : la réponse n'est pas orientée, il y a donc moins de risque d'énoncer des choses qui ne sont pas réellement faites.
- **Inconvénients** : le 'répondant' doit faire un double effort : écrire et se souvenir des dispositifs. Un défaut de mémoire peut expliquer l'absence d'un dispositif. Si le 'répondant' est peu disponible, il y a de forts risques qu'il laisse de côté cette question.

b. Formulation 2 : question semi-ouverte

Parmi les dispositifs suivants, quels sont ceux mis en œuvre dans votre établissement ?

(cochez tous les dispositifs concernés)

- Dispositif x
- Dispositif y
- Dispositif z
- Autre (précisez)

- **Avantages** : il est plus facile de répondre, il suffit de cocher les cases adéquates. Il n'y a pas de risque de mémoire défaillante et la case "autre" permet d'enregistrer des spécificités locales (ou de pallier à la méconnaissance de celui qui a construit le questionnaire...)
- **Inconvénients** : Le répondant peut répondre en fonction de ce qui lui semble attendu ou convenable.

c. Formulation 3 : question à échelle

Complétez le tableau suivant concernant les dispositifs mis en œuvre dans votre établissement :

		Résultats produits sur les élèves			
Nom du dispositif	Date début mise en œuvre	Effets positifs	Sans effet	Effets négatifs	Ne se prononce pas
Dispositif X					
Dispositif Y					

- **Avantages** : ce genre de formulation permet de regrouper dans un seul tableau un nombre important de questions.

En l'occurrence :

- Identification des dispositifs ;
- Dates de début de mise en œuvre pour chacun des dispositifs ;
- Opinion/appréciation des résultats produits sur les élèves.
- **Inconvénients** : on retrouve les limites de toute question ouverte ainsi qu'un risque de confusion si le tableau est trop complexe.

La diversité des formulations de questions a un effet sur le problème des risques de biais, pour éviter ce biais, il faut respecter les principes suivants :

- éviter les questions orientées,

- Etre univoque et précis,
- Etre "inclusif",
- Etre attentif au rôle de la mémoire,
- Eviter les questions faisant appel à des connaissances que le participant n'a pas,
- Eviter les questions doubles,
- Eviter les questions hypothétiques (conditionnelles),
- Eviter les questions sensibles ou agressives,
- Eviter les questions trop longues.

4.2. Principes de formulation d'une question et risques de biais (exemple sur le non-respect de ces principes)

a. Eviter les questions orientées : Dans ce cas, un jugement, notamment de valeur, est implicite :

Est-ce que vous faites bien référence au règlement intérieur lorsque vous rappelez un élève à l'ordre ?

Les questions du type "*Pensez-vous que...*" devraient être formulées "*Que pensez-vous de...*" ;

b. Etre univoque et précis : Éviter tout terme ambigu, le jargon non maîtrisé, l'imprécision, etc. Dans ce cas, l'échelle est trop imprécise et subjective pour obtenir une réponse valide :

Quelle est la fréquence de vos réunions pédagogiques :

- Régulière
- Occasionnelle
- Ponctuelle
- Nulle

c. Être "inclusif" : Lorsqu'on construit une liste d'items, il faut prévoir tous les cas de figure possibles. Le répondant ne doit pas se retrouver "hors case". Exemple : *Que pensez-vous de vos activités périscolaires proposées pendant la pause déjeuner ?*

Intéressantes

Non intéressantes

Dans cet exemple, comment peut-on répondre quand on a plusieurs enfants ou que l'enfant ne participe jamais à ces activités ?

d. Il faut être attentif au rôle de la mémoire : Attention à la limite des interprétations : ce qui n'est pas inclus dans une réponse peut être un simple oubli.

e. Éviter les questions faisant appel à des connaissances que le participant n'a pas : Si le participant doit faire des recherches (définition, chiffres, ...) pour répondre à une question, il est fort probable qu'il abandonne le questionnaire.

f. Éviter les questions doubles :

Utilisez-vous systématiquement internet et le courrier électronique ?

Oui

Non

Si la réponse peut être différente selon le cas (internet ou courrier électronique), il faut alors construire deux questions.

g. Évitez les questions hypothétiques (conditionnelles) :

Si vous aviez plus d'heures de libres, que feriez-vous de plus dans votre journée ?

Risque de réponse tout aussi hypothétique.

h. Évitez les questions sensibles ou agressives

Les questions sensibles lorsqu'elles sont nécessaires à l'enquête, il faut les placer plutôt en fin de questionnaire.

i. Évitez les questions trop longues

Étant donné qu'il est de nos jours de plus en plus délicat d'obtenir des réponses alors que les moyens de communication actuels sont de plus en plus performants, ceci n'étant valable que pour ceux qui bien sûr ont accès à ces outils, utilisez-vous le mail pour votre correspondance personnelle ?

Oui

Non

Enfin, pour terminer nous dirons que construire un questionnaire, c'est se demander ce que l'on recherche, c'est poser toutes les questions nécessaires pour obtenir l'information que l'on recherche (. La longueur d'un questionnaire est en fait liée à l'hypothèse, aux questions posées. C'est peut-être la règle de base. Plus les hypothèses et les questions sont vagues, plus il y aura de questions. Il existe enfin des astuces qui permettent parfois de réduire le nombre de questions en présentant les questions sous formes de tableaux, ce qui permet d'en regrouper certaines....

Il est important aussi de retenir que le questionnaire porte sur ce que les gens disent, sur du déclaratif et non sur ce qu'ils font effectivement. Il peut y avoir de décalage entre les deux.

Conclusion

Au bout de ce document, l'étudiant est en principe, en mesure de rédiger son mémoire de fin d'étude. Il se rendra compte qu'il est tenu d'observer des règles et de se conformer à des normes qui assurent une certaine standardisation des travaux scientifiques à produire.

Bien sûr, acquérir des méthodes et des outils d'aide à la bonne rédaction ne signifie pas avoir une solution clé en main. Il s'agit de suivre un guide tout en étant productif étant donné que pour la réalisation d'un travail de recherche de qualité, l'étudiant doit faire preuve d'originalité, de rigueur, d'esprit d'analyse et de motivation afin que ce polycopié soit vraiment efficace. L'apport de l'étudiant n'est donc pas à négliger. Ce document, à lui seul, ne servira jamais si le cœur de l'étudiant n'y est pas.

Enfin, nous rappelons que ce travail n'aborde pas le traitement de l'information de manière exhaustive, cela sera fait dans un autre document dans lequel l'étudiant pourra trouver les méthodes et les outils qui lui permettront de traiter et d'analyser l'information collectées.

Bibliographie

AKTOUF O. (1987), *Méthodologie des sciences sociales et approche qualitative des organisations*, Presses de l'Université du Québec.

BEAUD M. (1988), *L'art de la thèse - Comment préparer et rédiger une thèse de doctorat, un mémoire de DEA ou de maîtrise ou tout autre travail universitaire*, La Découverte.

BERTRAND BASCHWITZ M. (2010), *Comment me documenter ? Guide pratique à l'usage des formateurs, des enseignants et des étudiants*, Bruxelles, De Boeck,

BOUTILLIER S, UZUNIDIS D. (2008). *Mémoire et rapport de stage : méthodologie approfondie*. Levallois-Perret : Studyrama. (Principes méthodologie)

BOUTILLIER S., GOGUEL D'ALLONDANS A, UZUNIDIS, D, et al (2009). *Méthodologie de la thèse et du mémoire*. Levallois-Perret : Studyrama. (Principes méthodologie)

CAMUS B. (1989), *Rapports de stages et mémoires*, Paris, Les Editions d'Organisation.

CEFAÏ D. (2003), *L'enquête de terrain*, Paris, La Découverte.

CONSTANT A-S., LEVY A. (2010). *Réussir mémoires et thèses : les différentes étapes de réalisation de votre mémoire en 3 phases, de l'exploration du sujet à la soutenance orale*. Paris : Gualino-Lextenso éditions. (Mémentos LMD)

DUMEZ H. (2011). *Faire une revue de littérature : pourquoi et comment ? Le Libellio d'Aegis*, 7(2), 15-27. Récupéré sur <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00657381>

FRAGNIERE J. P. (2009), *Comment réussir un mémoire*, Paris, Dunod.

GIANNELLONI J. L., VERNETTE E. (1994), *Etudes de marché*, Vuibert.

GIORDANO Y., JOLIBERT A. (2016), Pourquoi je préfère la recherche quantitative/Pourquoi je préfère la recherche qualitative, Revue internationale PME, <https://www.erudit.org/en/journals/ipme/1900-v1-n1-ipme02710/1037919ar.pdf>

GREUTER, M, LEROY-TERQUEM, É (2012). Bien rédiger son mémoire ou son rapport de stage. Paris : L'Étudiant.

GUELFAND G (2014), Les études qualitatives : fondamentaux, méthodes, analyse, techniques. Broché.

KALIKA M. (2016). Le mémoire de master, 4^{ème} édition, Dunod.

LAURENCE K, WENDY C. (2014), Les méthodes de recherches qualitatives dans la recherche en soins de santé : apports et croyances, De Boeck Supérieur, « Reflets et perspectives de la vie économique »

LEBARON F (2006), L'enquête quantitative en sciences sociales, Recueil et analyse des données, Broché.

MAYS, N., POPE, C. (1995), « Qualitative Research: Rigour and qualitative research », BMJ, 311(6997), pp. 109-112.

PELACCIA T(2019), Comment réussir son mémoire ? 50 questions/réponses, De Boeck.

POCHET B., CHEVILLOTTE S., NOËL E. (2005), Méthodologie documentaire : rechercher, consulter, rédiger à l'heure d'Internet, Bruxelles, Belgique, De Boeck.

ROCHE D. (2007), rédiger et soutenir un mémoire avec succès, Editions d'Organisation.

THIETART R. A. et al (1999), Méthodes de recherche en management théorique, Dunod.

Le mémoire de fin d'études : méthodes et outils pour une rédaction à forte valeur ajoutée

URL <https://www.expertmemoire.com/guide-complet-redaction-memoire/>

VILATTE J. C. (2007), Méthodologie de l'enquête par questionnaire, Formation «Evaluation»,

1-2 février 2007 à Grisolles

<https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/56203038/Methodologie-enquete-questionnaire.pdf>

Fiche guide du planning du mémoire

<http://amar-constantine.e-monsite.com/pages/programme-1ere-annee/methodologie-du-memoire-professionnel/le-memoire-professionnel-i-n-p-f-p-2010.html>

Saisie des données du questionnaire sous SPSS, Cours mis en ligne par Adad Mohamed Cherif,

URL https://www.academia.edu/32043726/Questionnaire_sous_Spss, Université d'Oum el

Bouaghi

Table des matières

Introduction	1
Partie 1. Le mémoire de fin d'étude, sa forme et ses composantes	2
1. Le mémoire de fin d'étude	3
1.1. Motifs de rédaction d'un mémoire de fin d'études	3
1.2. Phases de réalisation d'un mémoire de fin d'études	5
2. La phase "avant rédaction"	5
2.1. Définir un calendrier de travail	5
2.2. Choisir le sujet du mémoire	7
2.3. Le choix de la problématique	8
2.4. Les Question(s) de recherche	8
2.5. Etude du cadre théorique	8
2.6. Le plan de recherche	9
2.7. Construire son plan general (le plan de développement)	9
3. La forme et les différentes parties d'un mémoire	10
3.1. La page de garde	10
3.2. Les remerciements	11
3.3. Le résumé (<i>abstract</i>)	11
3.4. Le sommaire	11
3.5. Les tableaux et figures et schémas	11
3.6. La liste des abréviations	12
3.7. Le glossaire	12
3.8. L'introduction	12
3.9. Le développement	12

3.10. La conclusion	13
3.11. La bibliographie	13
3.12. Les annexes	14
3.13. La table des matières	14
4. La rédaction : le contenu de chaque partie du mémoire	14
4.1. Fonctions et contenu du résumé	15
4.2. Les parties de l'introduction d'un mémoire	15
4.3. Le contenu de la partie "développement"	18
4.4. Le contenu de la conclusion	19
4.5. Fonctions et contenu des annexes	22
Partie 2 : Le triangle « Sujet, problématique et cadre théorique »	24
1. Le sujet de mémoire : Critères de choix et pertinence	25
1.1. Critères de choix d'un sujet de mémoire	25
1.2. Etapes à suivre pour choisir un sujet de mémoire	26
2. La formulation de la problématique et des questions de recherche	29
2.1. L'importance de la problématique	29
2.2. Formuler une problématique	30
2.3. Rédiger la problématique	31
2.4. Evaluer sa problématique	32
2.5. Les questions de recherche	32
3. La rédaction du cadre théorique	35
3.1. Le rôle du cadre théorique	35
3.2. Le contenu d'un cadre théorique	36
3.3. Les questions auxquelles répond le cadre théorique	39

3.4. La structure du cadre théorique	40
Partie 3. Le cadre méthodologique de l'étude empirique	42
1. L'étude empirique : définitions et types	43
1.1. L'étude qualitative	43
1.2. L'étude quantitative	43
2. Les techniques pour mener une étude empirique	43
2.1. Les entretiens de recherche (qualitative/quantitative)	44
2.2. L'observation (qualitative)	44
2.3. Le <i>focus group</i> (qualitative)	45
2.4. L'enquête de terrain (qualitative)	45
2.5. Le sondage (quantitatif)	45
2.6. Le questionnaire (quantitatif)	46
3. Mener une étude empirique avec une méthodologie de recherche	47
3.1. Recherche documentaire ou littéraire	47
3.2. Méthode inductive et méthode déductive	48
3.3. Formuler des hypothèses	48
3.4. Réaliser un échantillonnage	48
3.5. Collecter des données	49
3.6. Les outils de l'étude empirique qualitative	50
3.7. Les outils de l'étude empirique quantitative	51
3.8. Les autres méthodes d'analyse	52
4. La méthodologie de l'étude empirique	54
4.1. Objectifs de recherche	54
4.2. Conceptualisation du sujet	55

4.3. Préparation	55
4.4. Type de mesure	55
4.5. Analyse et conclusion	55
5. Méthodologie d'une étude empirique : exemple détaillé étape par étape	57
5.1. Objectifs et théories de recherche	57
5.2. Conceptualisation	57
5.3. Préparation	58
5.4. Mesures	59
5.5. Analyses et conclusion	60
6. L'Analyse des résultats d'une enquête	60
6.1. Résultats de recherche pour une étude qualitative	60
6.2. Résultats de recherche pour une étude quantitative	61
6.3. Établir une discussion des résultats obtenus	61
7. La rédaction des résultats de recherche	62
7.1. Présenter son enquête	62
7.2. Énoncer les limites des résultats	63
7.3. Proposer une ouverture	63
Partie 4. L'échantillonnage dans les études quantitatives et qualitatives	66
1. Échantillonnage	67
1.1. Définition de l'échantillonnage	67
1.2. Les types d'échantillonnage	67
1.3. Les règles de base de l'échantillonnage	69
1.4. Échantillonnage et techniques d'interrogation	71
1.5. Les étapes de préparation d'un échantillonnage	72

2. Étude quantitative : définition, techniques, étapes et analyse	73
2.1. Définition de l'étude quantitative	73
2.2. Les techniques de l'étude quantitative	73
2.3. Les 3 phases de l'étude quantitative	75
2.4. Étude quantitative et analyse des données	77
3. Étude qualitative : définition, techniques, étapes et analyse	78
3.1. Définition de l'étude qualitative	78
3.2. Les techniques de l'étude qualitative	78
3.3. Les spécificités des techniques de l'étude qualitative	80
3.4. Les huit étapes de réalisation d'une étude qualitative	81
3.5. L'analyse des données d'une étude qualitative	82
Partie 5 : Les règles de conception d'un bon questionnaire	84
1. Les étapes de conception d'un questionnaire	84
1.1. Ce qu'est un questionnaire	84
1.2. Méthodologie d'élaboration d'un questionnaire	84
2. Les rubriques composant le questionnaire	88
2.1. L'entête	88
2.2. Phrase d'introduction	88
2.3. Les questions éliminatoires (filtres)	88
2.4. La structure du questionnaire	89
2.5. La fiche signalétique	89
2.6. La phrase de remerciement	90
3. Les types de questions	90
3.1. Questions fermées à choix unique	90

3.2. Questions fermées à choix multiples	90
3.3. Les questions à classement	91
3.4. Les questions semi-ouvertes (ou mixtes)	91
3.5. Les questions ouvertes (non numérique)	91
3.6. Les questions ouvertes numériques	92
3.7. Les questions à échelles	92
3.8. Questions sous forme de tableaux et de grilles	94
4. Principes de formulation des questions	94
4.1. Comparaison de 3 formulations différentes sur un même thème	94
4.2. Principes de formulation d'une question et risques de biais (exemple sur le non-respect de ces principes)	98
Conclusion	101
Bibliographie	102
Table des matières	105