

Cours doctoral
« Méthodes et analyse de données
qualitatives »

Intervenant

Amélie Bellion

Maître de Conférences

Université de Rennes 2

Karine Picot-Coupey

Maître de Conférences

Université de Rennes 1

Durée : 18h

Organisation prévisionnelle

Formations organisées sur plusieurs journées : structure générale et présentation logiciels générale (6h), méthodes anthropo, analyse de contenu/thématique (6h), tutorat auprès des doctorants envisageant d'utiliser une méthode qualitative (6h)

Public visé

D1 mention « sciences de gestion », M2R

Prérequis

Notions d'épistémologie de la recherche.

Objectifs

Cet enseignement a pour objectif de donner aux étudiants

- une compréhension des caractéristiques et spécificités des études qualitatives ;
- une capacité à définir et mettre en œuvre une méthodologie d'étude qualitative ;
- une capacité à traiter les données issues d'une étude qualitative et à en présenter les résultats.

Il aborde chaque étape d'une étude qualitative : de la définition de la méthodologie à sa mise en œuvre, de l'analyse des données à leur exploitation

Plan indicatif

Introduction/ Présentation et enjeux

Thème 1/ Stratégies de collecte de données qualitatives

Thème 2/ Stratégies d'analyse de données qualitatives

Thème 3/ Tutorat individuel – échanges avec les doctorants sur des problèmes spécifiques rencontrés

Bibliographie indicative

Couratier C., Miquel C. (2007), Les études qualitatives : théorie, applications, méthodologie, pratique, Paris, L'Harmattan.

Dion D. (2008), A la recherche du consommateur - Nouvelles techniques pour mieux comprendre le client, Paris, Dunod.

Guelfand G. (2014), Les études qualitatives : Fondamentaux, méthodes, analyse, techniques, Paris, EMS éditions.

Beckmanm S., Elliott R.H. (eds.) (2000), Interpretive consumer research: paradigms, methodologies and applications, Copenhage : CBS Press.

Belk R.W. (Ed.) (2006), Handbook of qualitative research methods in marketing, NJ : Edward Elgard.

Belk R., Fischer E., Kozinets R. (2013), Qualitative consumer & marketing research, Sage

Churchill G., Iacobucci D. (2005), Marketing research Methodological foundations, Thomson South Western, 9th edition.

Denzin N. K., Lincoln Y. S. (2005). The Sage Handbook of Qualitative Research (3rd ed.), Thousand Oaks, CA, Sage.

Evrard Y., Pras B., Roux E. (2003), Market. Etudes et recherches en marketing, Dunod, 3ème édition.

Frisch F. (1999), Les études qualitatives, Editions d'Organisation.

Giordano Y. (2003), Conduire un projet de recherche – une perspective qualitative, Paris, Management et société EMS éditions.

Glaser B., Strauss A. (1967), The Discovery of Grounded Theory, Chicago, Aldin Publishing Theory.

Grawitz M. (2001), Méthodes des sciences sociales, Paris, Dalloz.

Holliday, A. R. (2007). Doing and Writing Qualitative Research, 2nd Edition. London: Sage Publications

Huberman A., Miles M. (1991), Analyse des données qualitatives, Ed. De Boeck Université, Bruxelles.

Jolibert A. (2006), Marketing research – Méthodes de recherche et d'études en marketing, Paris, Dunod.

Miles M. B., Huberman A. M. (2003), Analyse des données qualitatives, Paris, De Boeck, 2e édition

Miles M., Huberman M., Saldana J. (2014), Qualitative data analysis, Thousand Oak, Sage, 3rd edition.

Mucchielli A. (1996), Dictionnaire des méthodes qualitatives en sciences humaines et sociales, Armand Collin.

Pellemans P. (1999), Recherche qualitative en marketing, DeBoeck Université.

Saldana J. (2013), The coding manual of qualitative research, Thousand Oak, Sage, 2nd edition.

Saunders M., Lewis P., Thornhill A. (2007), Research Methods for Business Students, Harlow, FT

Prentice Hall.

Savall H., Zardet V. (2004), Recherche en sciences de gestion : approche qualimétrique, Paris, Economica

Schmidt M. J., Hollensen S. (2006), Marketing research: An international approach, Harlow, FT Prentice Hall.

Seale C., Gobo G., Gubrium J. F., Silverman D. (2004), *Qualitative Research Practice: Concise Paperback Edition*, London, Sage.

Strauss Corbin (1990), *Basics of Qualitative Research*, Newbury Park, Sage.

Thiétart R.A. & al. (1999), *Méthodes de recherche en management*, Paris, Dunod.

Vernette E., Filser M., Giannelloni J.L. (2008), *Etudes marketing appliquées*, Paris, Dunod.

Wacheux F., Roussel P. (1996), *Méthodes qualitatives et recherches en gestion*, Paris, Economica.

Yin, R. K. 2013. *Case Study Research – Design and Methods*. Thousand Oaks: Sage Publications, 5th edition.