

5.0 crédits

30.0 h

2q

Enseignants:	Dion Delphine ; Decrop Alain ;
Langue d'enseignement:	Français
Lieu du cours	Louvain-la-Neuve
Thèmes abordés :	<p>Session 1. Caractéristiques générales des approches qualitatives (Alain Decrop) (11 février, 14-17h)</p> <p>Lecture :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Denzin, N.K., & mp; Lincoln, Y.S. (2000). The discipline and practice of qualitative research. In: Denzin, N.K., & mp; Lincoln, Y.S. (Eds.). Handbook of qualitative research. 2e ed., Thousand Oaks: Sage (pp.1-28). <p>Session 2. Conception de la recherche et collecte des données (Alain Decrop) (25 février, 14-17h)</p> <p>2.1. L'entretien en profondeur individuel 2.2. Discussions de groupe 2.3. Techniques d'observation 2.4. Techniques associatives et projectives</p> <p>Lecture :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Decrop, A. (1999). Qualitative research methods for the study of tourist behavior. In A. Pizam & mp; Y. Mansfeld (Eds.), Consumer Behavior in Tourism and Hospitality (pp.335-365), New York: The Haworth Press. <p>Session 3. Guide d'entretien et questionnement (Alain Decrop) (11 mars, 14-17h)</p> <p>Lecture :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pellemans, P. (1999). Recherche qualitative en marketing : Perspective psychoscopique. Bruxelles: De Boeck Université (chapitre 5). - Legard, R., Keegan, J., and K. Ward (2003). In-depth interviews. In J. Ritchie and J. Lewis (Eds.), Qualitative Research Practice. Sage (pp.138-169). <p>Session 4. Analyse et interprétation des données (Alain Decrop) (25 mars, 14-17h)</p> <p>4.1. Analyse thématique et interprétative (Grounded Theory) 4.2. Analyse de données qualitatives assistées par ordinateur (Atlas-ti)</p> <p>Lecture :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Charmaz, K. (2000). Grounded theory: Objectivist and constructivist methods. In: Denzin, N.K., & mp; Lincoln, Y.S. (Eds.). Handbook of qualitative research. 2e ed., Thousand Oaks: Sage (pp. 509-535). <p>Session 5. Contrôle de qualité des données (Alain Decrop) (8 avril, 14-17h)</p> <p>Lecture :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Decrop, A. (2004). Trustworthiness in qualitative tourism research. In J. Phillimore & mp; L. Goodson (Eds.), Qualitative Research in Tourism. London: Routledge, pp. 156-169. <p>Session 6. Observation directe (Delphine Dion) (12 mai, 10h30-12h30 et 14-17h, LLN)</p> <p>5.1. Observation non participante 5.2. Observation participante</p> <p>Session 7. Observation filmée (Delphine Dion) (13 mai, 10h30-12h30 et 14-17h, LLN)</p> <p>5.1. Collecte des images 5.2. Analyse des images</p> <p>Session 8. Collecte des données via Internet (Delphine Dion) (16 mai, 10h30-12h30 et 14-17h, LLN)</p> <p>5.1. Nethnographie</p>

	<p>5.2. Bulletin Board 5.3. Album OnLine</p>
Acquis d'apprentissage	<p>Ce cours a pour objectif d'initier les étudiants aux méthodes de recherche qualitatives et, en particulier, à la démarche interprétative qui consiste à faire émerger du sens de manière holistique, inductive et systématique à partir d'un champ empirique.</p> <p>Plus particulièrement, il s'agira d'amener les étudiants à comprendre les fondements épistémologiques et les principes méthodologiques d'une démarche interprétative et à les appliquer concrètement.</p> <p><i>La contribution de cette UE au développement et à la maîtrise des compétences et acquis du (des) programme(s) est accessible à la fin de cette fiche, dans la partie « Programmes/formations proposant cette unité d'enseignement (UE) ».</i></p>
Modes d'évaluation des acquis des étudiants :	<p>L'évaluation des étudiants se fera sur base d'un rapport de recherche écrit résumant la problématique de départ, la démarche suivie, la collecte, l'analyse et l'interprétation des données. Il n'y aura pas d'examen pour ce cours</p>
Méthodes d'enseignement :	<p>Les exposés méthodologiques et théoriques de l'enseignant, accompagnés de nombreuses illustrations d'études empiriques, alterneront avec des discussions avec les participants. Le tout s'appuyant sur des lectures d'articles scientifiques et de chapitres de livres.</p> <p>Par ailleurs, les étudiants seront invités à travailler concrètement sur un projet de recherche qualitative lié, si possible, à leur thèse de doctorat. Deux formules sont possibles : l'étudiant qui n'a pas encore collecté de données qualitatives développe un design de recherche et les outils de collecte de données ; l'étudiant qui a déjà collecté des données qualitatives, rappelle son design de recherche et ensuite analyse et interprète ses données.</p>
Bibliographie :	<p>Dr. Alain Decrop</p> <ul style="list-style-type: none"> - Professeur à la Louvain School of Management (Namur campus) et directeur du CCMS (Center on Consumers and Marketing Strategy). - Centres d'intérêt de recherche : comportement du consommateur, méthodes de recherche qualitatives, marketing touristique et des loisirs, effets publicitaires. - Publications : voir http://www.fundp.ac.be/universite/personnes/page_view/01003149/publications.html <p>University of Namur (FUNDP), member of Louvain School of Management Center for Research on Consumers and Marketing Strategy (CCMS) Rempart de la Vierge, 8 B- 5000 NAMUR (Belgium) Tel.: +32/81/72.48.82 Fax: +32/81/72.48.40 E-mail: alain.decrop@fundp.ac.be http://www.lsm.be/adecrop</p> <p>Dr. Delphine Dion</p> <ul style="list-style-type: none"> - Maître de conférences à l'IAE de Paris, Université Panthéon-Sorbonne (Sorbonne Graduate Business School) et directeur du master Marketing et Pratiques Commerciales - Centres d'intérêt de recherche : anthropologie visuelle, ethnicité, luxe, art contemporain. - Publications : voir http://gregoriae.com/index.php?option=com_content& mp:view=article& mp:id=1935& mp:type=1& mp:id_author=534& mp;Itemid=111 <p>IAE de Paris 21 rue Broca 75005 Paris Tel.: +(33) 6.64.63.56.44 Fax: +(33) 1.53.55.27.01 E-mail: dion.iae@univ-paris1.fr http://iae.univ-paris1.fr/fr/index.php</p>
Cycle et année d'étude :	<p>> Master [120] en ingénieur de gestion > Master [120] en sciences de gestion > Master [120] en sciences de gestion > Master [120] en ingénieur de gestion</p>
Faculté ou entité en charge:	<p>CLSM</p>