

## Master en Marketing (M2 MKT)

---

Titre du Cours : **Méthodologie: de la conception de questionnaire à l'interprétation des résultats (GMMKT323)**  
Course Title: **Méthodologie: de la conception de questionnaire à l'interprétation des résultats (GMMKT323)**  
Heures : 20h  
Lecture hours:  
ECTS Credits: 3

---

➤ **PRE-REQUIS / PRE-REQUISITE**

➤ **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES DU COURS / LEARNING OBJECTIVES**

Choisir à bon escient la technique du questionnaire

- Etre capable de passer de n'importe quelle thématique à un questionnaire rigoureux
- rédaction des instruments de mesure
- Etre capable de saisir le questionnaire sur différents supports et de l'envoyer par mail
- Réceptionner les questionnaires et Analyser les résultats
- Savoir présenter et communiquer les résultats

➤ **CONTENU DU COURS / DESCRIPTION OF THE COURSE**

➤ **LISTE DES SUJETS OU RESUME DES SÉANCES/ TOPICS OF EACH SESSION OR SUMMARY OF THE COURSE**

THEMES DES SEANCES OU PLAN SUCCINCT DU COURS

- THEME 1 : INTRODUCTION LA DEMARCHE DES ENQUETES PAR QUESTIONNAIRE (design des enquêtes)
- THEME 2 : DU CADRE CONCEPTUEL AU CADRE OPERATOIRE (hypothèse, concept, types de variables et indicateurs + critère de validité)
- THEME 3 : LA CONSTRUCTION TECHNIQUE DU QUESTIONNAIRE (instruments de mesure (différentes échelles + critères de vérification des échelles (ex : alpha de cronbach), formulation syntaxique des questions et leurs biais, organisation du questionnaire...)
- THEME 4 : LES ECHELLES SERVQUAL (Mesure des concepts de satisfaction, fidélité, perception, services ...)
- THEME 5 : DIVULGATION DU QUESTIONNAIRE (Organisation de l'enquête, technique de saisie du questionnaire (ex : sur survey monkey), lettre d'accompagnement, recueil des données..)
- THEME 6 : INTERPRETATION DES DONNÉES (à partir d'enquêtes existantes interprétation des données...)  
De nombreux exercices sont proposés + construction d'une étude complète

➤ **METHODES D'EVALUATION (CONTROLE CONTINU) / EVALUATION AND GRADING**

➤ Participation et présence (20%)

➤ 2 CONTROLE CONTINU : 30% ; 50% PRESENTATION DU DESIGN DE L'ETUDE ET DES RESULTATS

➤ **REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES / BIBLIOGRAPHY**

- DE SINGLY F. (2012), Le questionnaire: L'enquête et ses méthodes, Paris, Armand Colin.
- GANASSALI S. (2014), Enquêtes et analyse de données avec Sphinx, Pearson.
- FAIVRE J-P. (2008), Concevoir et réaliser une enquête de satisfaction des clients, AFNOR.