

06200241 - Études et Recherches Quantitatives

Crédits ECTS	3
Volume horaire total	18
Volume horaire CM	18

Responsables

Goudarzi Kiane

Formations dont fait partie ce cours

Master 2 Etudes et Recherche en Management (Master Recherche)

Objectifs

L'objectif du cours est de familiariser les étudiants avec les principes de la méthodologie quantitative et en particulier l'utilisation du logiciel SPSS pour gérer les variables manquantes ou aberrantes dans une base de données, mener des analyses univariées, bivariées, appréhender les bases de l'analyse de la variance ou de la régression, mener des analyses factorielles

CONNAISSANCES À ACQUÉRIR :

Nature des variables

Le remplacement des valeurs manquantes

Les analyses descriptives

Les analyses explicative

COMPÉTENCE CIBLES :

Construire un design de recherche quantitatif et établir le plan d'analyse

Savoir manipuler le logiciel SPSS pour mener les analyses de données quantitatives

Contenu

- 1 -Introduction aux études et recherches quantitatives
- 2 -Cas 1 La normalité des variables, les analyses univariées, bivariés, l'analyse de variance, la régression
- 3 -Questionnaire, échantillonnage, les analyses descriptives et explicatives, le principe d'inférence
- 4 -Le remplacement des valeurs manquantes, l'analyse factorielle dans le cadre d'une construction d'échelle

Bibliographie

OUVRAGES DE RÉFÉRENCE :

Analyse de données avec SPSS, Carricano, Poujol et Bertrandias, 2011, Pearson, 248 pages

Multivariate Data Analysis, Hair J., Black W., Babin B. et Anderson R. (2013), Pearson New International Edition

Contrôles des connaissances

Examen terminal écrit :

Examen écrit sur le logiciel SPSS

Contrôle continu :

Présentation de la méthodologie d'un article de recherche 20%

Réaliser une synthèse des apprentissages 30%

Participation en classe 10%

Informations complémentaires

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES / NATURE DES SUPPORTS:

Le cours s'appuie sur une forte interaction et participation de la part des étudiants. Les supports de cours seront accessibles online et l'essentiel des apprentissages se feront en utilisant le logiciel d'analyse de données quantitatives SPSS

INNOVATIONS PÉDAGOGIQUES ET UTILISATION DE NOUVELLES TECHNOLOGIES (TECHNOLOGY ENHANCED LEARNING)

OUVRAGES OU ARTICLES DE RECHERCHE EMBLEMATIQUES SUR LE SUJET DU COURS :

Schneider B, Macey W, Lee W. et Young S. (2009) « Organizational Service Climate Drivers of the American Customer Satisfaction Index (ACSI) and Financial and Market Performance », Journal of Service Research, vol 12, 1, 3-14

Lichtlé M.C. et Pichon V. (2014), « Les émotions ressenties dans un point de vente : Proposition d'une échelle de mesure », Recherches et Applications Marketing, vol 29, 1, 3-26

PUBLICATIONS DES ENSEIGNANTS-CHERCHEURS DE L'IAELYON SUR LE SUJET DU COURS :

Capelli S. et Helme-Guizon A. (2008), « Le tempérament : mesure et impact sur les comportements d'achat », Recherches et Applications Marketing, vol 23, 1-20

Guenoun M., Goudarzi K et Chandon J.L, (2016), « Construction and validation of a hybrid model to measure perceived public service quality (PSQ) », International Review of Administrative Sciences, vol 82, 1, 208-230

Goudarzi K, Borges A. et Chebat J.C. (2013), « Should retailers pay to bring customer back? The impact of Quick Response and Coupons on real purchase outcomes », Journal of Business Research, Volume 66, Issue 5, May 2013, 665-669

Goudarzi K. et Eiglier P. (2006), « La socialisation organisationnelle du client dans les entreprises de service: concept et dimensions », Recherche et Applications en Marketing, Vol 21, 3, 65-90

Renseignements pratiques

iaelyon School of Management

Université Jean Moulin

1C avenue des Frères Lumière

CS 78242

69372 Lyon cedex 08

Téléphone : +33 (0)4 78 78 70 66

[Sur Internet](#)

Stages et carrières

Stages, alternance, emploi : entreprises, déposez vos offres à destinations des étudiants et diplômés de l'iaelyon, consultez le calendrier des stages et la CVthèque.

> [Accès Link'iaelyon](#)

Mise à jour : 12 juin 2019