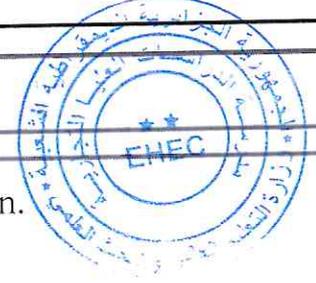


SYLLABUS



Domaine : Sciences Économiques, Commerciales et de Gestion.

Filière : Sciences Commerciales.

Spécialité : Marketing digital

Semestre : 05

Année universitaire : 2025/2026

Identification de la matière d'enseignement

Intitulé : Méthodologie du PFE

Unité d'enseignement : UE méthodologie

Nombre de Crédits : 04

Coefficient : 02

Volume horaire hebdomadaire total :

- Cours (nombre d'heures par semaine) : 1h30mn
- Travaux dirigés (nombre d'heures par semaine) : 1h30mn
- Travail personnel (nombre d'heures par semaine) : 3h

Responsable de la matière d'enseignement

Nom, Prénom, Grade : GRINE Lynda. Professeure

Localisation du bureau (Bloc, Bureau) :

Email : l.grine@hec.dz

Tel (Optionnel) :

Horaire du cours et lieu du cours :

Description de la matière d'enseignement

Prérequis : Pour tirer pleinement profit du module de méthodologie, les étudiants doivent avoir validé les enseignements de statistiques appliquées et de méthodes quantitatives. La maîtrise des techniques de rédaction académique, ainsi qu'une bonne familiarité avec les concepts fondamentaux du marketing digital, sont vivement recommandées. Par ailleurs, une expérience pratique acquise lors de stages en entreprise est essentielle pour s'imprégner de l'univers professionnel et contextualiser les apprentissages.

Objectif général de la matière d'enseignement : Ce module vise à doter les futurs professionnels du marketing digital des compétences méthodologiques indispensables pour concevoir, conduire et valoriser une recherche scientifique rigoureuse. Il forme à l'analyse critique de problématiques complexes et à la production de connaissances nouvelles dans leur domaine de

spécialisation, en conformité avec les standards internationaux de la recherche en sciences de gestion. Le cours encourage le développement d'un esprit scientifique, favorisant l'analyse de problématiques variées, l'identification des forces et des faiblesses dans la pratique de la recherche, ainsi que l'amélioration des capacités de communication en contexte professionnel, en vue d'une intégration réussie en entreprise.

Objectifs d'apprentissage : À l'issue du module, l'étudiant sera capable de :

1. Maîtriser les paradigmes épistémologiques fondant la recherche scientifique en sciences commerciales ;
2. Construire une démarche de recherche cohérente, du choix du sujet à la formulation d'hypothèses testables ;
3. Sélectionner et appliquer des méthodes qualitatives ou quantitatives adaptées aux enjeux du marketing management ;
4. Structurer un mémoire académique selon les normes APA et les exigences éditoriales des revues spécialisées ;
5. Défendre oralement une production scientifique avec une argumentation solide et une posture professionnelle devant un jury.

Contenu de la matière d'enseignement

Chapitre 01 : Introduction à la recherche scientifique

Section 01 : Notions élémentaires sur l'épistémologie de la recherche et les différentes étapes du processus de recherche

Section 02 : Les types de recherches (qualitatives, quantitatives, mixtes)

Section 03 : Les critères de validité et de fiabilité de la recherche

Section 04 : Définition de la méthodologie, d'un mémoire et les différentes étapes de réalisation de ce dernier

Exercices

Chapitre 02 : le choix du sujet de recherche

Section 01 : Détermination du domaine de recherche

Section 02 : Du thème de recherche au sujet de recherche

Section 03 : La formulation du sujet de recherche

Section 04 : Les critères du choix d'un bon sujet de recherche

Exercices

Chapitre 03 : la formulation de la problématique et les hypothèses de recherche

Section 01 : L'identification du problème de recherche

Section 02 : La formulation de la question centrale et les sous questions

Section 03 : La formulation des hypothèses et des objectifs de recherche

Section 04 : Le passage de la problématique aux hypothèses et définition des concepts clés

Exercices

Chapitre 04 : La revue de littérature et les différentes méthodes de recherche

Section 01 : Les techniques de recherche documentaire

Section 02 : La sélection, l'analyse critique des sources et La synthèse des connaissances actuelles sur le sujet de recherche

Section 03 : les différentes méthodes de recherche et le choix de cette dernière

Section 04 : La conception de l'instrument de collecte de données (questionnaires, entrevues, observation, etc.) et les techniques d'échantillonnage

Section 05 : L'analyse des données (L'organisation et la codification des données), les techniques d'analyse statistique (selon la méthode de recherche choisie), l'interprétation et la présentation des résultats

Exercices

Chapitre 05 : Le plan, la présentation et la rédaction d'un mémoire (le fond et la forme)

Section 01 : Le plan de recherche

Section 02 : typologie des plans de recherche

Section 03 : La structure et le contenu d'un mémoire de recherche

Section 04 : Les normes de présentation et de référencement bibliographique

Section 05 : Les bonnes pratiques en matière d'éthique de la recherche

Exercices

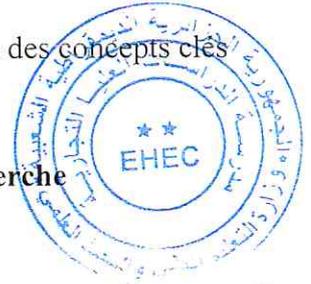
Chapitre 06 : la soutenance

Section 01 : Avant la soutenance

Section 02 : Pendant la soutenance

Section 03 : Après la soutenance

Section 04 : Simulation de soutenance



Modalités d'évaluation

Nature du contrôle	Pondération en %
Examen	60%
Micro – interrogation	5%
Travaux dirigés	15%
Travaux en groupe	15%
Sorties sur terrains	
Assiduité (Présence /Absence)	5%
Total	100%

Références & Bibliographie

<i>Textbook (Référence principale) :</i>		
Méthodologie des sciences sociales et approche qualitative des organisations	Omar Aktouf	Presses de l'Université du Québec, 1987
Méthodes de Recherche en Management	R.A. Thiétart	Dunod, 1999
Méthodes de recherche, Réussir son mémoire ou thèse en sciences de gestion	M.L. Gavard Perret. all	Pearson, 2008
<i>Les références de soutien si elles existent :</i>		
Guide de méthodologie de la recherche en sciences sociales	S. Chabani, H. Ouacherine	Taleb, 2017 (2 ^e éd.)
Guide de méthodologie	F. Bouchaib	Madani, 2002.
La Démarche d'une Recherche en Sciences Humaines	F. Depelteau	De Boeck, 2000

Planning du déroulement du cours



Semaine	Titre du Cours	Date
1ère Semaine	Fundaments de la recherche scientifique- Epistemologies, Types de recherche	
2ème Semaine	Qualité méthodologique et démarche de recherche - Validité/fiabilité- Étapes du mémoire	
3ème Semaine	Définition du sujet de recherche - Domaine de recherche - Thème- Critères de choix	
4ème Semaine	Micro-interrogation écrite N°1 Formulation de la problématique- Identification problème - Questions centrales	
5ème Semaine	Formulation des hypothèses et des objectifs de recherche	
6ème Semaine	Méthodologie de revue littéraire- Recherche documentaire - Analyse critique sources	
7ème Semaine	Choix des méthodes de recherche- Méthodes qual /quant - Échantillonnage	
8ème Semaine	Analyse des données - Codification données - Statistiques descriptives/inférentielles	
9ème Semaine	Structure et rédaction académique - Plan recherche- Structure mémoire-Normes APA	
10ème Semaine	Éthique et intégrité scientifique- Éthique recherche – Plagiat. Rendu Projet	
11ème Semaine	Préparation à la soutenance- Pré-soutenance - Techniques oratoires. Simulation de soutenance	
12ème Semaine	Révisions	
	Examen final	Examen écrit (60%)
	Examen de rattrapage	



N°	Nom et Prénom (etudiant)	Signature HEC
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		
11		
12		
13		
14		
15		