

QCM

Réponse unique

1. Le sujet du mémoire :

b. peut évoluer tout au long de la recherche.

Le sujet du mémoire peut évoluer tout au long de la recherche. Il ne doit surtout pas être figé puisque la recherche va permettre d'étudier de nouvelles pistes intéressantes nécessitant parfois la reformulation du sujet. Il ne faut surtout pas prendre un sujet parmi une liste car il doit correspondre aux tâches réellement effectuées.

2. La définition des concepts utilisés dans l'intitulé du sujet est :

b. indispensable.

La définition des concepts utilisés est indispensable, afin de délimiter le sujet. De plus, certaines notions peuvent avoir différentes définitions. Il est donc nécessaire de s'appuyer sur une définition précise des concepts utilisés dans l'intitulé du sujet.

3. Lors de l'analyse d'un sujet, il est possible :

c. de choisir entre différentes méthodes, selon l'orientation que l'on souhaite donner à sa recherche.

L'analyse du sujet consiste à identifier différentes idées en lien avec ce sujet. On peut utiliser plusieurs méthodes d'analyse différentes, qui n'impliquent pas le même positionnement (analytique, synthétique, déductive, etc.). Certaines méthodes sont contraires et ne peuvent pas se combiner (méthode inductive/déductive), mais d'autres peuvent être utilisées pour un même sujet afin d'en voir les différents aspects.

4. Pour élaborer ses hypothèses de recherche :

c. il faut respecter certains principes, afin de s'assurer de leur fiabilité.

Afin d'élaborer des hypothèses rigoureuses et fiables, il faut respecter les principes de récurrence, d'analogie et de continuité.

5. Un sondage conduit à interroger :

c. un échantillon représentatif de la population étudiée.

Afin de tirer des enseignements exploitables du sondage, celui-ci doit nécessairement s'appuyer sur un échantillon représentatif. Il risque en effet d'être difficile d'interroger la totalité de la population cible (par exemple, la population d'un pays). Cependant, dans certains cas, lorsque les effectifs de la population cible ne sont pas élevés, il sera préférable d'interroger toute la population.

6. Un questionnaire doit-il comprendre une introduction ?

a. Oui, c'est indispensable.

Un questionnaire doit comprendre une introduction de façon indispensable car elle permet de présenter le contexte et les objectifs du questionnaire, informations essentielles pour inciter l'administré à répondre au questionnaire.

7. Pour s'assurer de la représentativité d'un échantillon, il est possible de s'appuyer sur :

b. des méthodes probabilistes ou des méthodes empiriques.

Les deux types de méthode permettent de s'assurer de la représentativité d'un échantillon. Le choix dépendra de la population observée, mais également de ses moyens en termes de temps et de coût.

8. La question de recherche :

b. se déduit de la problématique.

La question de recherche se déduit de la problématique. Formuler de façon interrogative, cette question permet de répondre à la question « quoi », la problématique étant le « comment ». La question de recherche peut être composée elle-même de plusieurs questions différentes.

9. Une enquête par Internet a pour avantages de permettre :

c. un gain de temps pour la conception, la diffusion et l'exploitation du questionnaire.

La saisie des questions est réalisée directement à partir de l'application, la diffusion du questionnaire est mise en œuvre par l'envoi d'un lien Internet aux personnes interrogées. L'exploitation est facilitée car l'application par Internet permet d'enregistrer directement les réponses.

En revanche, ce type d'enquête ne permet pas de contrôler les caractéristiques des personnes contrôlées et nécessite de limiter le nombre de questions posées.

10. Un test du questionnaire est une étape indispensable de l'élaboration du questionnaire.

c. Oui, cela permet de vérifier la bonne compréhension des questions.

Le test du questionnaire permet d'améliorer la rédaction des questions, afin que celles-ci soient comprises sans ambiguïté par les personnes interrogées. Il peut également permettre de compléter les réponses attendues dans le cadre d'une réponse à choix multiples.

Plusieurs réponses possibles

11. Les questionnements possibles sur un sujet portent sur :

- b. le temps**
- c. le corpus.**

Les questionnements possibles sur un sujet portent sur le temps et le corpus du sujet. Ils permettent de délimiter au mieux ce sujet. Ils ne portent pas sur la définition des termes mais permettront de choisir les termes du sujet adaptés au type de recherche effectué.

12. La méthode déductive consiste à :

- d. poser une hypothèse générale pour l'appliquer à différents cas et en tirer une conclusion.**

Il s'agira de confirmer ou non l'hypothèse générale à partir des travaux de recherche effectués.

13. Une démarche de recherche comprend les étapes suivantes :

- a. Identifier l'état de la littérature, afin de poser les hypothèses de départ.**
- b. Faire une étude empirique permettant de conforter ou non ces hypothèses.**
- d. Tirer les conclusions de cette étude et d'éventuelles préconisations.**

Ce sont les étapes de la démarche de recherche mises en œuvre après la détermination de la problématique et de la question de recherche.

14. Les différentes démarches de recherche sont :

- a. l'observation participante.**
- b. l'observation non participante.**

La méthode analytique et le constructivisme ne sont pas des démarches de recherche, ce sont des positionnements épistémologiques.

15. Les différents types d'entretien sont :

- b. l'entretien directif.**
- c. l'entretien semi-directif.**
- d. l'entretien non directif.**

La distinction entre ces types d'entretien porte sur le niveau de contrôle du déroulement de l'entretien par la personne qui le conduit. Le respect du guide d'entretien est rigoureux dans un entretien directif. À l'opposé, dans le cadre d'un entretien non directif, la personne interrogée peut développer des points non prévus initialement dans le guide d'entretien.

16. Une enquête en face à face permet :

- b. de pré-contrôler les réponses données.**
- c. de limiter la réticence des personnes interrogées.**

L'enquête en direct permet d'écartier des réponses incohérentes et de convaincre

certaines personnes de répondre au questionnaire jusqu'à la fin de celui-ci. En revanche, elle ne permettra pas d'interroger de nombreuses personnes, du fait de contraintes de temps. Elle peut permettre de poser des questions plus complexes, du fait de la présence des personnes et de la possibilité de les expliquer. Mais il faut alors se garder d'introduire tout biais dans le questionnement.

17. Le contexte du questionnaire comprend :

- a. les objectifs du questionnaire.*
- c. les contraintes à prendre en compte pour réaliser le questionnaire.*

Avant de commencer à rédiger un questionnaire, il est indispensable de définir les objectifs de celui-ci et de tenir compte des contraintes relatives aux ressources disponibles et au temps.

18. Les méthodes d'enquête peuvent se classer en fonction :

- a. des objectifs poursuivis.*
- d. des moyens utilisés.*

Ces typologies permettent d'identifier les différents objectifs possibles d'une enquête et de différencier les moyens utilisés.

19. Lorsqu'un échantillon n'est pas représentatif, il faut :

- b. interroger plus d'individus correspondants aux caractéristiques manquantes.*
- c. avoir recours à des redressements.*

Il n'est pas toujours possible d'interroger davantage d'individus. Il reste alors la solution du redressement, qui consiste à effectuer un calcul afin de tenir compte de la composition de l'échantillon par rapport aux caractéristiques de la population observée.

20. Pour qu'un questionnaire soit efficace, il faut prévoir :

- a. des éléments d'organisation interne.*
- b. des éléments d'identification.*

Les éléments d'identification permettent de présenter les objectifs du questionnaire. Les éléments d'organisation ont pour but de structurer le questionnaire.

Réponse à justifier

21. Peut-on retenir le sujet suivant « Le régime fiscal des sociétés civiles immobilières » comme sujet de mémoire ?

- c. Non, car c'est un sujet trop descriptif.*

C'est un sujet qui conduirait à présenter les différentes règles fiscales relatives aux sociétés civiles immobilières. Il manquerait une dimension recherche et le résultat serait beaucoup trop descriptif. Les sujets ne laissant pas de place aux choix ne peuvent faire l'objet d'un sujet de recherche.

22. La question de recherche permet :

a. de déterminer ce que l'on cherche à démontrer.

La question de recherche permet de déterminer ce que l'on cherche à démontrer. Il s'agit de s'interroger sur l'objectif de la démarche de recherche, et de ce fait, sur l'orientation du sujet.

23. Le positivisme consiste à étudier :

b. l'origine du sujet, seuls les faits issus de l'observation étant fiables.

Le positivisme ne fait pas confiance aux croyances humaines non vérifiables. À l'inverse, le constructivisme s'intéresse aux relations entre le sujet et son environnement, et donc aux impacts du sujet. L'étude des individus et de leur rôle est une démarche qualifiée d'interprétativisme.

24. Les différentes démarches de recherche possibles se classent en fonction :

b. du rôle du chercheur dans l'organisation objet de la recherche.

Par exemple, le chercheur peut être observateur et participer au sujet de l'étude (observation participante) ou être observateur sans participer (observation non participante).

25. Le mode d'administration d'un questionnaire peut-il affecter les résultats de l'enquête ?

b. Oui, car le mode d'administration peut avoir des conséquences sur la composition de l'échantillon.

En effet, le mode d'administration influe sur les caractéristiques des personnes interrogées (âge, par exemple). Il est donc essentiel d'adapter le choix de ce mode d'administration aux objectifs de son enquête.

26. Les enquêtes en face à face nécessitent :

b. de faire face aux réticences des personnes interrogées, aux réticences de l'enquêteur et à l'importance de l'entretien par rapport à d'autres enquêtes.

27. Le bon déroulement d'un entretien dépend :

b. du contenu du guide, mais également de la communication verbale.

Le guide d'entretien permet de structurer l'entretien, et la communication verbale a pour rôle de faciliter les échanges entre l'interviewer et l'interviewé. Elle permet de présenter les objectifs de l'entretien et de faire évoluer le guide au fur et à mesure en cas de besoin.

28. Le biais de questionnement peut être évité en :

b. s'assurant d'avoir posé des questions simples, ne comportant qu'une seule idée à la fois.

Les questions comprenant plusieurs idées engendrent souvent des biais de

questionnement : il faut donc privilégier des questions comprenant une seule idée.

29. Le test d'ajustement du χ^2 permet de vérifier :

a. si l'échantillon est représentatif de la population étudiée.

Le test d'ajustement du χ^2 permet de vérifier la représentativité d'un échantillon. Il sera nécessaire de comparer le χ^2 théorique au χ^2 calculé.

30. Peut-on exploiter les résultats d'une enquête avec un échantillon non représentatif ?

c. oui, mais, au niveau des enseignements tirés de l'enquête, il faut prendre en compte la non-représentativité de l'échantillon.

L'utilisation des résultats devra être prudente, afin de tenir compte du caractère non représentatif de l'échantillon.