

# LE PROCESSUS DE RÉALISATION D'UN MÉMOIRE OU D'UNE THÈSE EN MARKETING

*Réponses aux questions fréquemment posées*

Ce manuel tente d'apporter des éléments de réponse à des questions de forme et de fond qui se posent de façon récurrente lors de la réalisation d'un travail de recherche académique dans la discipline du marketing. Le cheminement scientifique y est passé à la loupe et ce, de la phase d'investigation et du choix du sujet à celle de la communication des résultats lors de la soutenance, en passant par quelques considérations méthodologiques.

Ce manuel contribue à la réalisation des objectifs suivants :

- Intégrer, dès le démarrage de la recherche, les critères de qualité susceptibles d'augmenter les chances de succès du travail de recherche en marketing ;
- Prendre conscience de certains leviers qui renforcent la qualité de telles recherches ;
- Harmoniser le système d'évaluation des mémoires et thèses dans la discipline du marketing en établissant une liste de critères et une grille d'évaluation.

*Titulaire d'un PhD en Administration des Affaires de l'Université du Québec à Montréal et d'un MSc en Marketing de l'École des HEC de Montréal, **Kamilia Bahia** est actuellement enseignante à la faculté des Sciences économiques et de Gestion de Tunis et membre de l'unité de recherche E.R.MA. (Entreprises et Recherche MARKeting). Avant cela, elle a exercé à l'Université du Québec à Montréal et à l'Université d'Ottawa.*

Collection Entreprises & Management  
Dirigée par Ludovic François



9 782296 550698

ISBN : 978-2-296-55069-8

13,50 €



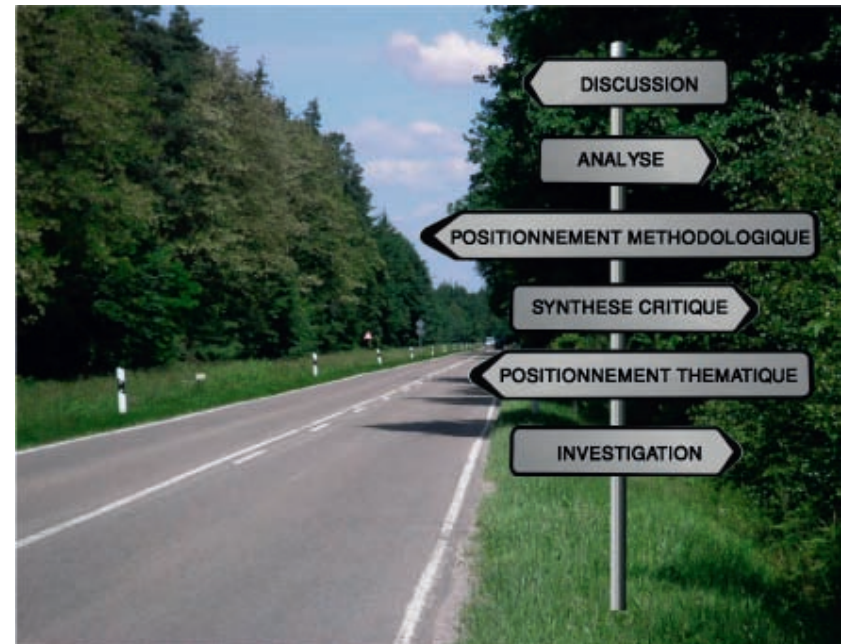
LE PROCESSUS DE RÉALISATION D'UN MÉMOIRE OU D'UNE THÈSE EN MARKETING

Kamilia Bahia

Kamilia Bahia

# LE PROCESSUS DE RÉALISATION D'UN MÉMOIRE OU D'UNE THÈSE EN MARKETING

*Réponses aux questions fréquemment posées*



L'Harmattan