**Introduction à la recherche en gestion (4336)**

Première année de Master économie-gestion mention administration et gestion des entreprises

**Questions de cours (6 pts)**

1. Définir ce qu’est un design de recherche ? (2 pts)
2. Qu’est-ce qu’un objet de recherche ? (1 pt)
3. Analysez les différentes méthodes quantitatives (2 pts)
4. Qu’est-ce qu’une échelle de mesure ? Quel est son intérêt ? (1 pt)

**Exercice (8 pts)**

1. On vous demande de réaliser un protocole d’étude sur l’intégration des jeunes salariés en entreprise.

* Proposer une méthodologie de recherche
* Déterminez la population à interroger

2. Vous choisissez finalement la méthode de l’entretien semi-directif. Elaborez un guide d’entretien avec 8 à 15 questions en précisant la formulation des questions et les relances possibles

**Cas (6 pts)**

Voici un extrait d’un article de la Revue Française de Gestion paru en 2015

Dans une perspective plus normative, de nombreuses études ont eu tendance à se focaliser sur l’identification d’un lien clair entre la mise en œuvre d’une stratégie politique et l’évolution de la performance économique de la firme (Lux *et al.,* 2011). Pour autant, la performance de la stratégie politique est plus complexe, comme l’indiquent les incertitudes qui pèsent selon Finkelstein et Peteraf (2007) sur les résultats d’une telle politique. Parmi les raisons qui expliquent une telle incertitude, les auteurs évoquent l’impossibilité matérielle d’anticiper tous les résultats et conséquences d’une telle stratégie ou encore le mécanisme d’ambiguïté causale qui ne facilite pas l’attribution du résultat à cet aspect spécifique de l’action de l’entreprise.

En particulier, dans cet article, nous portons notre attention sur l’impact de telles stratégies sur la légitimité de l’entreprise qui les met en œuvre. Si certains chercheurs ont déjà documenté la manière dont les firmes gèrent leur légitimité politique afin d’acquérir de l’influence politique (Demil et Bensédrine, 2015), les cas où les firmes voient leur légitimité se détériorer après des actions politiques restent à étudier. Pourtant une meilleure compréhension de cette question est essentielle pour concevoir des stratégies politiques pertinentes à moyen comme à long terme.

L’article se fonde sur une étude empirique des stratégies politiques des majors de l’industrie musicale lors du vote de la loi DADVSI (loi relative au droit d’auteur et aux droits voisins dans la société de l’information). Nous montrons un cas de succès de la stratégie politique (la loi DADVSI reprend plusieurs amendements âprement défendus par ces majors) suivie d’une dégradation de l’image et du pouvoir de ces entreprises dans l’industrie. En d’autres termes, ce papier s’intéresse aux possibles effets négatifs et contre productifs des stratégies politiques sur la légitimité des entreprises et appelle à leur plus grande intégration dans la littérature.

Cet article comporte quatre parties. Dans un premier temps, nous établissons l’approche théorique de notre objet empirique. Elle articule la notion de légitimité, dont nous développons la définition que nous retenons dans ce travail, avec l’approche de la stratégie politique des entreprises.

Nous exposons alors le contexte de la recherche en montrant le lobbying exercé par les majors de l’industrie. Nous présentons ensuite la méthodologie, combinant analyse lexicométrique d’articles de presse et l’analyse d’une série de 31 entretiens conduits dans la filière musicale puis les résultats auxquels nous avons abouti. Enfin, notre conclusion porte sur les contributions de notre recherche, en invitant à mieux intégrer la gestion de la légitimité dans le cadre de stratégies politiques.

1. Quel est l’objet de recherche de cet article (3 pts)

Voici la méthodologie de cet article :

Notre méthode repose sur une combinaison de deux approches d’analyse, pour une période allant de 2000 à 2008. En premier lieu, nous avons cherché à établir l’évolution de la centralité des majors dans les débats sur les droits d’auteur dans la filière musicale. Pour ce faire, nous nous sommes appuyés sur une analyse de la presse, source de données souvent utilisée dans les recherches en gestion (par ex. Selsky *et al.*, 2003 ; Roulet 2015). Dans cette recherche, le corpus est constitué à partir de la base de données Factiva avec les mots-clefs « droit d’auteur » et « musique » sur la période dé nie. Nous avons recueilli environ 800 articles (plus de 1 500 pages) provenant de journaux français : quotidiens généralistes (*Le Monde, Le Figaro*, etc.), presse économique (*La Tribune, Les Échos*), mensuels (*Le Monde diplomatique*, etc.). Pour l’analyse, nous nous appuyons sur une approche lexicométrique, méthode qui a été utilisée dans différentes recherches ces dernières années (Perren et Sapsed, 2013 ; Pollach, 2012) et a donné des résultats prometteurs : nous relevons le nombre d’occurrences des acteurs de notre corpus en identifiant, pour quatre périodes charnières, si les majors sont les plus citées (voir le tableau 1 pour un exemple). La période 2000-2002 : émergence d’internet dans l’industrie musicale avec de nouveaux acteurs importants comme Napster. La période 2002-2005 correspond à une organisation des majors pour mieux faire respecter le droit d’auteur. De décembre 2005 à mai 2006 : vote de la loi DADVSI à l’Assemblée nationale et au Sénat précédé de nombreux débats. Et en n, la période 2006-2008 renvoie à l’ère post-DADVSI. Nous nous appuyons sur le postulat que plus une major est citée dans le corpus à un moment donné, plus cette major est partie prenante des débats. Nous utilisons d’autres types de données secondaires provenant des majors (communiqués de presse, documents accessibles en ligne, tracts distribués, rapports d’activité, livres blancs) et des publications et déclarations réalisées par d’autres parties prenantes de la filière (comptes rendus des débats à l’Assemblée nationale, sites internet d’associations d’internautes, livres blancs, rapports d’association) pour compléter ces analyses.

Par ailleurs, nous avons aussi réalisé 31 entretiens semi-directifs retranscrits et codés afin de comprendre comment différents acteurs ont pu percevoir l’évolution de la légitimité des majors dans la lière musicale. Le codage de ces données d’entretien a été réalisé en trois étapes faisant intervenir les codages décrits par Richards (2009) : un codage descriptif, un codage thématique et un codage analytique.

2. Commentez la méthodologie utilisée pour cet article (3 pts)