

**UNIVERSITÉ DE SOUSSE**  
**INSTITUT SUPÉRIEUR DE GESTION DE SOUSSE**

**SESSION PRINCIPALE**  
**Janvier 2024**

<b>NIVEAU</b>	<b>3ème Année Licence en Sciences de Gestion, Management</b>
<b>ÉPREUVE</b>	<b>Analyses Quantitatives &amp; Qualitatives</b>
<b>DURÉE</b>	<b>2H</b>
<b>NB. PAGES</b>	<b>03</b>
<b>ENSEIGNANTES</b>	<b>Olfa Bouhlel &amp; Marwa Ben Fraj</b>

**Exercice 1 (2.5 points) :**

Répondez aux questions ou complétez les énoncés en encerclant la lettre appropriée.

**Q1/** Quel est le critère déterminant pour évaluer la justesse d'un échantillon dans une recherche quantitative ?

- A. La représentativité de l'échantillon par rapport à la population cible
- B. La taille de l'échantillon
- C. La méthode d'échantillonnage (probabiliste ou non probabiliste)
- D. La facilité d'accès à la population

**Q2/** Un chercheur veut étudier l'efficacité d'une intervention thérapeutique pour les douleurs dorsales. Il demande à 24 infirmières du centre hospitalier de participer à l'étude et détermine que 12 d'entre elles feront partie du groupe expérimental et que les 12 autres feront partie du groupe témoin. De quel type d'échantillonnage s'agit-il ?

- A. L'échantillonnage par quotas
- B. L'échantillonnage aléatoire simple
- C. L'échantillonnage aléatoire stratifié
- D. L'échantillonnage de convenance

**Q 3/** La représentativité signifie que...

- A. l'échantillon doit être limité à un milieu en particulier.
- B. les caractéristiques de l'échantillon doivent être autant que possible semblables à celles de la population.
- C. l'échantillon est utilisé pour établir les paramètres de la population.
- D. les caractéristiques qui influent sur l'étude des variables ne peuvent varier.

**Q 4/** Un chercheur veut étudier le deuil parmi les amis ou les partenaires des patients qui sont décédés du VIH. Il obtient un échantillon en demandant aux participants qu'il a recrutés s'ils connaissent d'autres personnes qui ont traversé la même épreuve. De quel type d'échantillonnage s'agit-il ?

- A. L'échantillonnage en grappes
- B. L'échantillonnage systématique
- C. L'échantillonnage par réseaux
- D. L'échantillonnage par quotas

**Q 5/** Quel est le principal avantage de l'échantillonnage aléatoire ?

- A. Il ne coûte pas cher.
- B. L'erreur d'échantillonnage peut être éliminée.
- C. L'échantillon a de meilleures chances d'être représentatif de la population.
- D. Il est relativement facile à réaliser.

**Q 6/** À quel type d'échantillonnage se réfère-t-on quand les sujets sont choisis selon qu'ils sont au bon endroit au bon moment ?

- A. L'échantillonnage aléatoire stratifié
- B. L'échantillonnage de convenance
- C. L'échantillonnage en grappes
- D. L'échantillonnage par réseaux

**Q 7/** Parmi les caractéristiques suivantes, laquelle peut-on particulièrement attribuer à une recherche qualitative ?

- A. L'utilisation de la saturation des données pour déterminer la taille de l'échantillon
- B. L'échantillonnage non probabiliste
- C. La fixation de la taille de l'échantillon au préalable
- D. L'échantillonnage systématique

**Q 8/** Si le but de l'étude est d'obtenir plus de renseignements sur les caractéristiques d'un domaine d'étude en particulier, quel type d'étude convient le mieux ?

- A. L'étude descriptive quantitative
- B. L'étude corrélationnelle
- C. L'étude quasi expérimentale
- D. L'étude à séries temporelles

**Q 9/** Toutes les activités décrites ci-dessous font partie du devis et de la planification d'une étude quantitative, sauf une. Laquelle ?

- A. La formulation d'hypothèses
- B. L'élaboration du plan de collecte des données
- C. Le développement d'une stratégie d'échantillonnage
- D. L'élaboration de méthodes de sauvegarde des droits humains

**Q 10/** Tous les énoncés suivants sont vrais, sauf un. Lequel ?

- A. Dans la recherche qualitative, les décisions relatives au devis sont généralement prises sur le terrain.
- B. Dans l'étude ethnographique, les chercheurs entreprennent le travail sur le terrain afin de vérifier des hypothèses culturelles.
- C. Dans la recherche qualitative, on évite souvent de recenser les écrits avant d'aller sur le terrain.
- D. Dans la recherche qualitative, l'analyse des données commence avant que toutes les données aient été recueillies.

**Exercice 2 (5 points) :**

Imaginez que vous êtes un consultant en management chargé de mener des entretiens avec les employés d'une entreprise confrontée à des défis de communication interne. Votre objectif est de recueillir des informations pertinentes pour élaborer des recommandations visant à améliorer la communication au sein de l'organisation.

Élaborez un guide d'entretien directif comprenant au moins dix questions spécifiques que vous poseriez aux employés lors des entretiens pour comprendre les obstacles à une communication efficace et recueillir des idées pour l'améliorer.

**Exercice 3 (5 points) :**

L'entreprise ABC connaît des défis liés à la motivation des employés et à la compréhension de leurs aspirations professionnelles. La direction souhaite comprendre de manière approfondie les perceptions, les attitudes et les besoins des employés pour élaborer des stratégies de gestion du personnel plus efficaces.

Proposez une méthode projective pour recueillir des informations sur les aspirations professionnelles des employés et leurs sentiments envers l'entreprise. Élaborez une activité projective qui peut être utilisée dans le cadre d'un atelier de groupe.

**Exercice 4 (3 points) :**

Un chercheur utilise la méthode d'échantillonnage aléatoire systématique pour recruter 250 étudiants inscrits à l'ISG Sousse. La population totale est de 1 500 étudiants.

1) Quel sera l'intervalle à respecter sur la liste ?

2) Si le premier élément choisi sur la liste est 14, quels seront les deuxième et troisième éléments ?

3) L'échantillon est-il probabiliste ou non probabiliste ?

**Exercice 5 (4.5 points) :**

Un bureau d'études souhaite mener une enquête sur les habitudes de consommation de café chez les employés de différentes entreprises technologiques.

**Q1/** Définissez clairement la population cible pour cette étude.

**Q2/** Proposez un échantillon représentatif pour cette enquête en expliquant votre choix.

**Q3/** Choisissez une méthode d'échantillonnage appropriée et justifiez votre choix.

**Q4/** Proposez une autre méthode d'échantillonnage qui pourrait être utilisée dans des circonstances spécifiques et expliquez quand elle serait appropriée.

**UNIVERSITÉ DE SOUSSE**  
**INSTITUT SUPÉRIEUR DE GESTION DE SOUSSE**

**SESSION PRINCIPALE**  
**Janvier 2024**  
**CORRECTION**

NIVEAU	3ème Année Licence en Sciences de Gestion, Management
ÉPREUVE	Analyses Quantitatives & Qualitatives
DURÉE	2H
NB. PAGES	0
ENSEIGNANTES	Olfa Bouhlel & Marwa Ben Fraj

**Exercice 1 (2.5 points) :**

Répondez aux questions ou complétez les énoncés en encerclant la lettre appropriée.

**Q1/** Quel est le critère déterminant pour évaluer la justesse d'un échantillon dans une recherche quantitative ?

- A. La représentativité de l'échantillon par rapport à la population cible
- B. La taille de l'échantillon
- C. La méthode d'échantillonnage (probabiliste ou non probabiliste)
- D. La facilité d'accès à la population

**Q2/** Un chercheur veut étudier l'efficacité d'une intervention thérapeutique pour les douleurs dorsales. Il demande à 24 infirmières du centre hospitalier de participer à l'étude et détermine que 12 d'entre elles feront partie du groupe expérimental et que les 12 autres feront partie du groupe témoin. De quel type d'échantillonnage s'agit-il ?

- A. L'échantillonnage par quotas
- B. L'échantillonnage aléatoire simple
- C. L'échantillonnage aléatoire stratifié
- D. L'échantillonnage de convenance

**Q 3/** La représentativité signifie que...

- A. l'échantillon doit être limité à un milieu en particulier.
- B. les caractéristiques de l'échantillon doivent être autant que possible semblables à celles de la population.
- C. l'échantillon est utilisé pour établir les paramètres de la population.
- D. les caractéristiques qui influent sur l'étude des variables ne peuvent varier.

**Q 4/** Un chercheur veut étudier le deuil parmi les amis ou les partenaires des patients qui sont décédés du VIH. Il obtient un échantillon en demandant aux participants qu'il a recrutés s'ils connaissent d'autres personnes qui ont traversé la même épreuve. De quel type d'échantillonnage s'agit-il ?

- A. L'échantillonnage en grappes
- B. L'échantillonnage systématique
- C. L'échantillonnage par réseaux
- D. L'échantillonnage par quotas

**Q 5/** Quel est le principal avantage de l'échantillonnage aléatoire ?

- A. Il ne coûte pas cher.
- B. L'erreur d'échantillonnage peut être éliminée.
- C. L'échantillon a de meilleures chances d'être représentatif de la population.**
- D. Il est relativement facile à réaliser.

**Q 6/** À quel type d'échantillonnage se réfère-t-on quand les sujets sont choisis selon qu'ils sont au bon endroit au bon moment ?

- A. L'échantillonnage aléatoire stratifié
- B. L'échantillonnage de convenance**
- C. L'échantillonnage en grappes
- D. L'échantillonnage par réseaux

**Q 7/** Parmi les caractéristiques suivantes, laquelle peut-on particulièrement attribuer à une recherche qualitative ?

- A. L'utilisation de la saturation des données pour déterminer la taille de l'échantillon**
- B. L'échantillonnage non probabiliste
- C. La fixation de la taille de l'échantillon au préalable
- D. L'échantillonnage systématique

**Q 8/** Si le but de l'étude est d'obtenir plus de renseignements sur les caractéristiques d'un domaine d'étude en particulier, quel type d'étude convient le mieux ?

- A. L'étude descriptive quantitative**
- B. L'étude corrélationnelle
- C. L'étude quasi expérimentale
- D. L'étude à séries temporelles

**Q 9/** Toutes les activités décrites ci-dessous font partie du devis et de la planification d'une étude quantitative, sauf une. Laquelle ?

- A. La formulation d'hypothèses
- B. L'élaboration du plan de collecte des données
- C. Le développement d'une stratégie d'échantillonnage
- D. L'élaboration de méthodes de sauvegarde des droits humains**

**Q 10/** Tous les énoncés suivants sont vrais, sauf un. Lequel ?

- A. Dans la recherche qualitative, les décisions relatives au devis sont généralement prises sur le terrain.
- B. Dans l'étude ethnographique, les chercheurs entreprennent le travail sur le terrain afin de vérifier des hypothèses culturelles.**
- C. Dans la recherche qualitative, on évite souvent de recenser les écrits avant d'aller sur le terrain.
- D. Dans la recherche qualitative, l'analyse des données commence avant que toutes les données aient été recueillies.

### **Exercice 2 (5 points) :**

Imaginez que vous êtes un consultant en management chargé de mener des entretiens avec les employés d'une entreprise confrontée à des défis de communication interne.

Votre objectif est de recueillir des informations pertinentes pour élaborer des recommandations visant à améliorer la communication au sein de l'organisation.

Élaborez un guide d'entretien directif comprenant au moins dix questions spécifiques que vous poseriez aux employés lors des entretiens pour comprendre les obstacles à une communication efficace et recueillir des idées pour l'améliorer.

### **Problématique en Management :**

La communication interne au sein de l'entreprise est perçue comme inefficace, ce qui peut entraîner des malentendus, une diminution de la motivation et des problèmes de collaboration entre les équipes.

### **Guide d'Entretien Directif :**

#### **1/ Introduction :**

Présentez-vous brièvement et expliquez l'objectif de l'entretien.

Assurez-vous d'obtenir le consentement éclairé de la personne interviewée.

#### **2/ Contexte Général :**

Comment décririez-vous la communication au sein de l'entreprise actuellement ?

Pouvez-vous identifier des situations spécifiques où la communication a été un défi récemment ?

#### **3/ Canal de Communication Privilégié :**

Quels sont les canaux de communication que vous utilisez le plus fréquemment pour obtenir des informations liées au travail ?

Pensez-vous que certains canaux sont plus efficaces que d'autres ? Pourquoi ?

#### **4/ Obstacles Perçus :**

Quels sont, selon vous, les principaux obstacles à une communication efficace au sein de l'entreprise ?

Avez-vous déjà rencontré des situations où une mauvaise communication a eu des conséquences négatives ?

#### **5/ Satisfaction Actuelle :**

Sur une échelle de 1 à 10, à quel point êtes-vous satisfait de la communication interne actuelle ? Pourquoi ?

#### **6/ Suggestions d'Amélioration :**

Si vous aviez le pouvoir de changer quelque chose dans la communication interne, que feriez-vous ?

Avez-vous des suggestions spécifiques pour améliorer la circulation de l'information entre les équipes ?

#### **7/ Rétroaction sur les Initiatives Actuelles :**

Avez-vous participé à des initiatives ou des projets visant à améliorer la communication interne ? Si oui, quel a été votre retour d'expérience ?

#### **8/ Perception des Leaders :**

Comment percevez-vous la communication des dirigeants de l'entreprise ? Y a-t-il des aspects particuliers qui pourraient être améliorés ?

#### **9/ Participation Active :**

Comment encouragez-vous la participation active à la communication au sein de votre équipe ?

Pensez-vous que l'entreprise pourrait mettre en place des incitatifs pour promouvoir une communication plus ouverte ?

**10/ Attentes pour l'Avenir :**

Quelles sont vos attentes concernant l'amélioration de la communication dans les mois à venir ?

Y a-t-il des changements spécifiques que vous aimeriez voir mis en place ?

**Conclusion :**

Remerciez la personne interviewée pour sa participation et assurez-vous qu'elle se sente libre de partager d'autres informations si elle le souhaite.

**Note :**

N'oubliez pas d'adapter les questions en fonction du contexte spécifique de l'entreprise et des objectifs de la recherche.

**Exercice 3 (5 points) :**

L'entreprise ABC connaît des défis liés à la motivation des employés et à la compréhension de leurs aspirations professionnelles. La direction souhaite comprendre de manière approfondie les perceptions, les attitudes et les besoins des employés pour élaborer des stratégies de gestion du personnel plus efficaces.

Proposez une méthode projective pour recueillir des informations sur les aspirations professionnelles des employés et leurs sentiments envers l'entreprise. Élaborez une activité projective qui peut être utilisée dans le cadre d'un atelier de groupe.

**Objectif :**

Explorer les aspirations professionnelles des employés de manière créative et non directe.

**Instructions pour l'activité :**

**1/ Préparation :**

Préparez une variété de magazines, de journaux, de ciseaux, de feuilles de papier, de colle et de marqueurs.

Assurez-vous d'avoir un espace propice à la créativité, avec des tables de travail et une ambiance détendue.

**2/ Introduction :**

Expliquez aux employés que l'objectif de l'activité est de représenter leurs aspirations professionnelles de manière visuelle et symbolique.

Assurez-leur que leurs créations seront anonymes et utilisées uniquement à des fins de recherche interne.

**3/ Instructions Créatives :**

Demandez aux participants de feuilleter les magazines et de découper des images, des mots ou des phrases qui représentent leurs aspirations professionnelles, leurs objectifs, et leur vision de leur carrière au sein de l'entreprise.

Encouragez-les à choisir des images qui résonnent personnellement avec eux.

#### **4/ Collage Symbolique :**

Invitez les participants à coller leurs sélections sur une feuille de papier de manière à créer un collage symbolique de leurs aspirations professionnelles.

Ils peuvent également ajouter des annotations ou des explications pour partager des détails spécifiques.

#### **5/ Partage et Discussion :**

Une fois les collages terminés, invitez chaque participant à partager brièvement son collage avec le groupe.

Encouragez la discussion sur les similitudes, les différences et les thèmes récurrents.

#### **6/ Analyse :**

Collectez les collages de manière anonyme et analysez-les pour identifier des tendances, des motifs et des insights sur les aspirations professionnelles des employés.

#### **Avantages des Méthodes Projectives :**

Les participants s'expriment de manière créative, permettant une exploration approfondie de leurs pensées.

Permet de recueillir des informations riches et symboliques souvent difficiles à obtenir par des méthodes traditionnelles.

#### **Limitations :**

Les interprétations peuvent être subjectives et nécessitent une analyse prudente.

Certains participants peuvent être réticents à partager des informations personnelles, même de manière symbolique.

#### **Note :**

Assurez-vous de créer un environnement de confiance pour que les participants se sentent à l'aise de partager leurs créations.

### **Exercice 4 (3 points) :**

Un chercheur utilise la méthode d'échantillonnage aléatoire systématique pour recruter 250 étudiants inscrits à l'ISG Sousse. La population totale est de 1 500 étudiants.

#### **1) Quel sera l'intervalle à respecter sur la liste ?**

L'intervalle à respecter sur la liste est calculé en divisant la taille de la population totale par la taille de l'échantillon souhaité. Dans ce cas, l'intervalle serait de 6, car 1500 (population totale) divisé par 250 (taille de l'échantillon) égale 6.

$$\text{Intervalle} = \frac{\text{Taille de la population}}{\text{Taille de l'échantillon}} = \frac{1500}{250} = 6$$

#### **2) Si le premier élément choisi sur la liste est 14, quels seront les deuxième et troisième éléments ?**

Si le premier élément choisi sur la liste est 14, les éléments suivants seront déterminés en ajoutant l'intervalle. Ainsi, le deuxième élément serait  $14 + 6 = 20$ , et le troisième élément serait  $20 + 6 = 26$ .

*Deuxième élément = 14 + Intervalle = 14 + 6 = 20*

*Troisième élément = 20 + Intervalle = 20 + 6 = 26*

3) L'échantillon est-il probabiliste ou non probabiliste ?

La méthode d'échantillonnage utilisée, la méthode d'échantillonnage aléatoire systématique, est une méthode probabiliste. Cela signifie que chaque élément de la population a une chance connue et égale d'être sélectionné dans l'échantillon.

### **Exercice 5 (4.5 points) :**

Un bureau d'études souhaite mener une enquête sur les habitudes de consommation de café chez les employés de différentes entreprises technologiques.

**Q1/** Définissez clairement la population cible pour cette étude.

La population cible serait les employés travaillant dans des entreprises technologiques.

**Q2/** Proposez un échantillon représentatif pour cette enquête en expliquant votre choix.  
L'échantillon pourrait être constitué d'employés de différentes entreprises technologiques, avec une répartition proportionnelle en fonction de la taille de chaque entreprise.

**Q3/** Choisissez une méthode d'échantillonnage appropriée et justifiez votre choix.

Une méthode d'échantillonnage stratifié serait appropriée, car elle permet de garantir une représentation adéquate des employés de chaque entreprise technologique dans l'échantillon.

**Q4/** Proposez une autre méthode d'échantillonnage qui pourrait être utilisée dans des circonstances spécifiques et expliquez quand elle serait appropriée.

L'échantillonnage par grappes pourrait être utilisé si les entreprises technologiques sont regroupées géographiquement, car il serait plus pratique de sélectionner des grappes d'entreprises plutôt que des individus isolés.