

Mémoire de recherche

Mathieu Djaballah

Pourquoi un mémoire ?

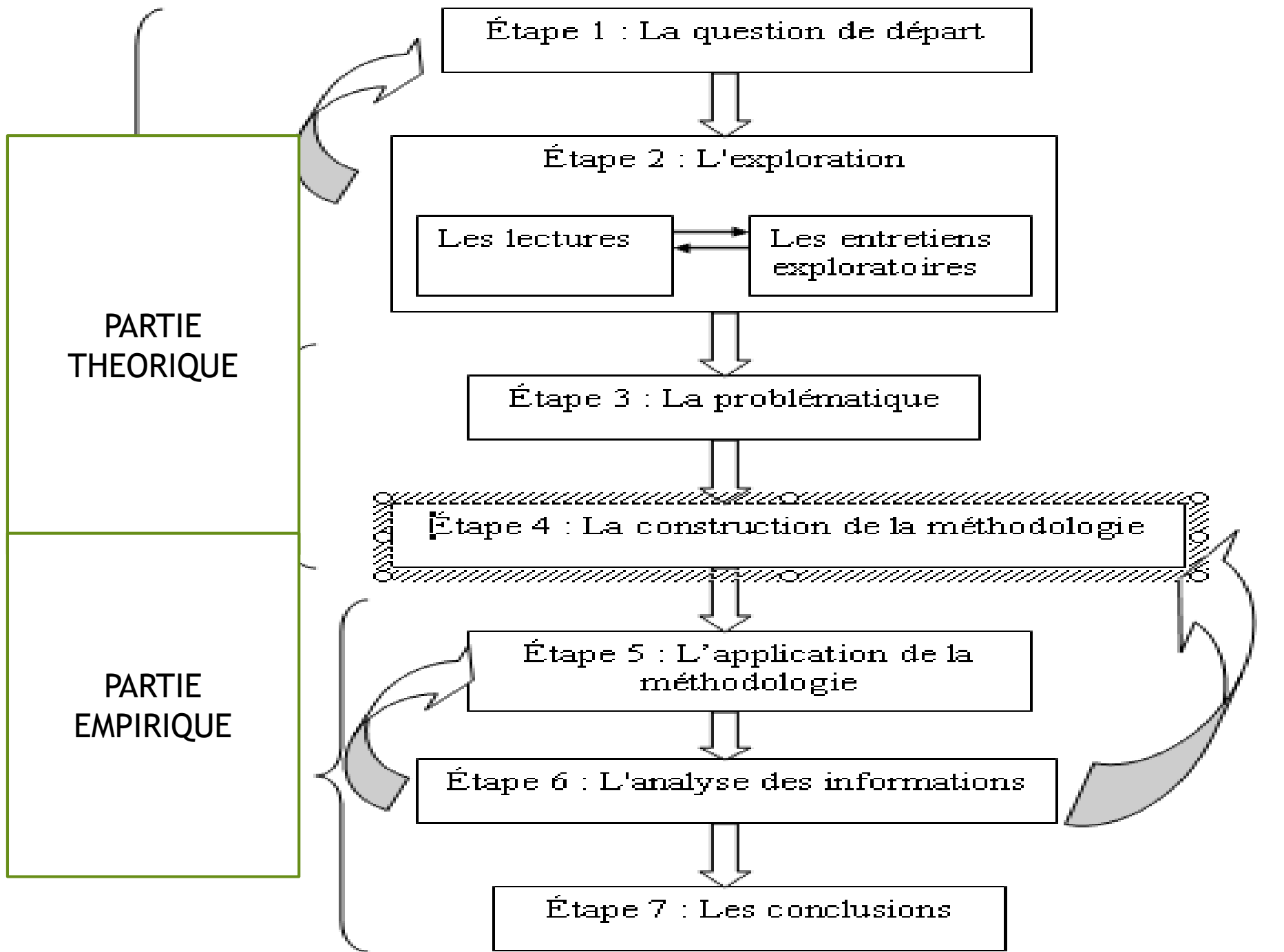
- **Le niveau Master suppose une véritable expertise stratégique des étudiants dans leur domaine \neq postes d'exécutants.**
- **Le mémoire de M1 est donc l'opportunité pour l'étudiant de :**
 - ❑ ***Montrer sa capacité à structurer une réflexion stratégique***
 - ❑ ***Développer une expertise relative à son projet professionnel***

Mémoire de stage vs rapport de stage

- **Le mémoire de M1 n'est pas un rapport de stage.**
 - ❑ *Il ne s'agit pas de rendre compte des aspects factuels de son expérience.*
 - ❑ *Il s'agit de réfléchir, à partir d'une posture objective, à une question posée sous la forme d'une problématique.*
 - ❑ *Le mémoire de M1 est donc sous-tendu par la démarche scientifique.*

La démarche scientifique d'un mémoire

- **La démarche scientifique est « un ensemble de conventions sur la manière de produire et communiquer des connaissances » (Raufaste, 2006).**
- **Ces conventions - méthodologies garantissent la probabilité la plus élevée que les connaissances produites soient justes.**
- **Une part importante de l'évaluation d'un jury de master 1 vise à vérifier que vous maîtrisez ces méthodologies.**



Le champ scientifique du management du sport

- La plupart des champs scientifiques sont construits autour d'une discipline (physique, biologie, économie, histoire, psychologie...)...
- ...qui s'intéresse à divers objets. Exemple pour la psychologie: de l'enfant, du travail, du sport, etc...
- Le champ scientifique des STAPS s'est constitué dans le sens inverse. Il s'agit d'étudier l'objet « sport » sous l'angle de diverses disciplines (physiologie, psychologie, histoire, sociologie, économie...)
- Le champ du management (ou sciences de gestion) du sport applique ses disciplines à des objets sportif.

Le champ scientifique du management du sport

- Les sciences de gestion -> plusieurs disciplines: management, marketing, communication, business ethics, etc...
- Chaque discipline renferme un ensemble de cadres théoriques
- Un cadre théorique est un ensemble d'éléments qui vont servir à éclairer une question donnée

Management: théories des organisations	Théorie des coûts de transaction, théorie de l'agence, capacités dynamiques...
Marketing	Relationnel, expérientiel...
Business ethics	Théorie des contrats sociaux intégrés, théories des parties prenantes...

Le champ scientifique du management du sport

- Il est donc nécessaire de « situer sa réflexion » dans le champ scientifique :
 - Déterminer le champ disciplinaire du mémoire : Quelle discipline: management, marketing ?*
 - Déterminer le cadre théorique: dans le marketing, quelle perspective: relationnelle, expérientielle ?*

Le champ scientifique du management du sport

- Distinguer « objet » et « cadre théorique » :

Rien n'a été écrit sur le mma en sciences de gestion.



Je souhaite étudier l'objet mma dans une perspective marketing (par exemple l'offre événementielle de mma)



Je dois consulter la bibliographie sur le marketing événementiel.

Construire une problématique

- Un mémoire vise à répondre à une problématique
- La formulation d'une **problématique** résulte d'un premier travail de réflexion à partir d'une **question de départ**
- Au-delà de votre intérêt intellectuel, cette question de départ doit avoir un intérêt stratégique (si possible alignée sur votre projet professionnel)
- Question de départ + cadre théorique = problématique
- Une question valide est une question qui commence là où notre connaissance actuelle s'arrête.
- Toute production écrite est donc logiquement précédée d'un travail de lecture.

Construire une problématique

- Généralement, les étudiants n'ont qu'une thématique de départ (« je voudrais travailler sur les clubs professionnels de football, plutôt sur des aspects marketing »)
- *Quelle question de départ ?*
- *Quelle problématique ?*

Mauvais sujet de mémoire: « La stratégie marketing des clubs de football »

-Quelle perspective théorique ?
-Quel objet (clubs pro/amateurs, français/étrangers)?
-Quel intérêt pour les professionnels du secteur ?

Bon sujet de mémoire: « L'expérience Ligue 1: une analyse des attentes des spectateurs match-day ».

-Perspective: marketing expérientiel
-Objet (clubs pro français – Ligue 1)
-Intérêt pour les professionnels : mieux comprendre les attentes de leurs publics

Construire une problématique

- A partir de votre thématique, il faut donc :
 - Définir une question de départ intéressante*
 - La « problématiser » à l'aide d'éléments théoriques*

- Délimiter son objet

On ne traite pas tout le champ du sport, ni tout le champ du football en un mémoire. On s'intéresse à une population particulière. Exemple : les clubs de foot pro européens.

- Choisir une perspective théorique

Que veut-on étudier chez les clubs pro :

- La gestion des ressources sportives (transferts) ?
- La stratégie de fidélisation des supporters (CRM) ?
- L'exploitation de l'équipement sportif à des fins marketing (offre de produits-service dans et autour des stades ?)

Construire une problématique

- **3 critères d'une bonne problématique :**
 - *Pertinence*
 - *Clarté*
 - *Faisabilité (en termes de méthodologie)*
- **Ce n'est qu'après avoir entamé votre recherche documentaire que vous pouvez passer de la thématique à la problématique. Il est donc impératif de commencer à lire !**
- **2 types de lectures complémentaires:**
 - Sur l'objet**
 - Sur le cadre théorique**

Construire une problématique

- **Sources bibliographiques :**
 - ***Bases de données de l'Université (moteur de recherche « Focus »)***
 - ***Google Scholar + astuce***
 - ***Sites d'actualités sur le management du sport***

Éléments de base du mémoire

Construire une problématique

Tour de table des sujets envisagés