



**Michel Plaisent, Lili Zheng,
Mariem Khadhraoui et Prosper Bernard**

2018 | 164 pages
Collection Mesure et évaluation

978-2-7605-5002-5 **25,00 \$** PAPIER

CONCEPTS ET OUTILS DES SONDAGES WEB

Introduction à LimeSurvey et SurveyMonkey

Les entreprises se révèlent de plus en plus avides d'informations afin de mieux cerner les besoins de leurs clients et de comprendre les facteurs de leur satisfaction. Il va sans dire que les sondages en ligne ont aujourd'hui supplanté les questionnaires postaux et téléphoniques, et le présent ouvrage fournit les éléments pour démontrer l'avantage indéniable des premiers par rapport aux derniers, notamment en matière de qualité, de temps de réponse, de coût et de contrôle.

Les professeurs et les étudiants appliquent depuis longtemps les techniques du sondage Web pour étayer leurs travaux, mais la maîtrise de ces outils exige quelques précautions méthodologiques et de bonnes pratiques s'imposent pour produire un questionnaire valide. Ce livre s'adresse à ces derniers autant qu'aux gestionnaires d'entreprises qui souhaitent apprendre à mener des enquêtes à l'aide des applications SurveyMonkey et LimeSurvey. Les auteurs posent les bases théoriques liées à la création de sondages et se penchent sur les concepts d'enquête, sur les meilleures pratiques dans l'élaboration et la publication d'un questionnaire ainsi que sur le traitement des données.

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION

1. Public cible et contenu de cet ouvrage
2. Enquête, sondage et questionnaires
3. Structure de cet ouvrage

CHAPITRE 1

Bonnes pratiques dans l'élaboration de questionnaires

1. Élaborer un questionnaire ou en choisir un déjà conçu ?
2. Texte de présentation d'un questionnaire
3. Qualification des répondants
4. Conception du questionnaire
5. Contenu et formulation des questions
6. Structure et numérotation
7. Questions ouvertes ou fermées ? Un éternel débat
8. Exemples d'échelles
9. Quelques mots en guise de conclusion sur les questionnaires

CHAPITRE 2

Les sondages Web : efficaces et efficaces ou une simple mode ?

1. Comparaison des enquêtes menées par des moyens traditionnels et par Internet
2. Évaluation des sondages en ligne comme méthode de collecte de données
3. Incitations et suivis dans les enquêtes sur le Web
4. Mise en page et capacités dynamiques des enquêtes en ligne
5. Coût des enquêtes en ligne
6. Problèmes techniques
7. Préoccupations éthiques
8. Enquête en mode mixte

CHAPITRE 3

Présentation du logiciel LimeSurvey

1. LimeSurvey en quelques mots
2. Création d'un questionnaire
3. En route pour la collecte des données

CHAPITRE 4

Présentation du logiciel SurveyMonkey

1. Création préalable d'un compte sur SurveyMonkey
2. Élaboration d'un questionnaire : paramètres généraux
3. Élaboration d'un questionnaire : les questions et les réponses
4. Collecte des données
5. Analyse des résultats

AUTEURS

DR MICHEL PLAISENT est professeur titulaire à l'École des sciences de la gestion de l'Université du Québec à Montréal (UQAM).

DRE LILI ZHENG est enseignante-chercheure en gestion spécialisée en marketing au sein du Groupe Sup de Co La Rochelle (France) et experte en sondages internationaux.

MARIEM KHADHRAOUI est enseignante-chercheure en management à l'Université de Sousse (Tunisie) et experte en méthodologie des sondages.

DR PROSPER BERNARD, expert en gestion internationale et spécialiste de l'Amérique latine et de la Chine, enseigne la gestion et les statistiques à l'UQAM.

Financé par le
gouvernement
du Canada

Funded by the
Government
of Canada

Canada



Conseil des arts
du Canada

Canada Council
for the Arts

SODEC

Québec



Distribution

Canada : Prologue inc.
Belgique : SOFEDIS / SODIS

France : SOFEDIS / SODIS
Suisse : Servidis SA



418 657-4399 | puq@puq.ca

Plus de
1 600 livres
à feuilleter



Presses
de l'Université
du Québec

PUQ.CA