TRAME DE MÉMOIRE

Auteur : Inès Caron · Formation : Master 2 Marketing digital · Établissement : Université Garonne-Atlantique · Encadrement : Mme Perrin · Année universitaire : 2026-2027

Sujet du mémoire : L'influence des avis clients sur la décision d'achat en ligne des jeunes consommateurs

Remerciements (une page, à rédiger en dernier) : personnes et organismes qui ont rendu le travail possible.

Sommaire et listes : sommaire détaillé avec numéros de page, liste des figures et des tableaux si nécessaire.

1. Introduction : contexte du sujet, intérêt du thème, annonce de la problématique ci-dessous, puis du plan. Problématique : Dans quelle mesure les avis clients influencent-ils l'achat en ligne des jeunes consommateurs ?

Hypothèses ou questions de recherche : H1 : les avis récents pèsent plus que la note moyenne. H2 : la confiance dans l'auteur de l'avis renforce cet effet.

Présentation de la structure d'accueil et des missions confiées : contexte du stage ou de l'alternance, place du sujet dans l'activité de l'organisation.

2. Cadre théorique et état de l'art : auteurs et travaux de référence, concepts clés, positionnement du mémoire. Plan prévu : I. Avis en ligne et confiance : cadre théorique ; II. Enquête par questionnaire ; III. Résultats et recommandations

3. Méthode : Questionnaire en ligne auprès d'un échantillon d'étudiants, complété par quelques entretiens semi-directifs

4. Résultats : Les avis récents ressortent comme premier critère de choix, à confirmer par l'enquête

5. Discussion : interpréter les résultats, les confronter aux hypothèses, en indiquer les limites.

6. Conclusion : réponse à la problématique, apports, limites et pistes de prolongement.

Bibliographie : sources citées, classées selon la norme demandée par votre établissement.

Annexes : questionnaires, grilles d'entretien, tableaux de données, documents cités.

Exemple gratuit créé avec mes-modeles.topexemples.fr/rapport-memoire/