

Plan-type indicatif

Mémoire de Marketing — trame de travail à adapter à votre sujet

Ce document propose une trame de travail indicative, construite à partir des attentes les plus fréquentes des jurys en marketing. Elle n'a pas vocation à remplacer un cadrage avec votre directeur de mémoire : chaque sujet (marque, comportement du consommateur, marketing B2B, retail, international, responsable, influence...) appelle des ajustements méthodologiques propres. Utilisez cette trame comme point de départ, pas comme un moule.

1. Introduction générale

- Contexte et actualité du sujet (pourquoi ce sujet, pourquoi maintenant)
- Présentation de l'entreprise ou du secteur étudié, le cas échéant
- Annonce de la problématique et de l'intérêt managérial de la question
- Annonce du plan

2. Revue de littérature et cadrage théorique

- Définition et délimitation des concepts clés mobilisés
- Panorama des principaux courants ou modèles théoriques du champ concerné
- Mise en tension des apports et des limites identifiées dans la littérature
- Formulation d'un cadre conceptuel de référence pour la suite du mémoire

3. Problématique et hypothèses de recherche

- Reformulation précise de la problématique à l'issue de la revue de littérature
- Formulation d'hypothèses ou de questions de recherche testables
- Justification du choix d'une approche quantitative, qualitative ou mixte

4. Méthodologie de l'étude empirique

- Présentation du terrain d'étude et justification de l'échantillon retenu
- Volet quantitatif : construction du questionnaire, mode de diffusion, traitement statistique envisagé
- Volet qualitatif : guide d'entretien, choix des répondants, méthode d'analyse (thématique, de contenu...)
- Limites méthodologiques assumées dès cette étape

5. Résultats et analyse

- Présentation structurée des résultats, en lien direct avec les hypothèses posées
- Analyse critique : ce qui confirme, nuance ou infirme le cadre théorique mobilisé
- Mise en perspective des résultats avec la littérature académique et professionnelle

6. Recommandations opérationnelles

- Traduction des résultats en recommandations concrètes et hiérarchisées
- Discussion de la faisabilité (ressources, contraintes organisationnelles, délais)
- Proposition d'indicateurs de suivi pertinents pour évaluer les recommandations

7. Conclusion, limites et perspectives

- Synthèse de la démarche et rappel de la contribution du travail
- Limites de l'étude assumées avec honnêteté (échantillon, biais, contexte)
- Pistes de recherche ou d'action pour prolonger le travail

8. Bibliographie et annexes

- Références académiques et professionnelles classées selon les normes de votre école
- Annexes : guide d'entretien, questionnaire, verbatims, tableaux de données complémentaires

Repère de volumétrie indicatif (hors annexes) — à ajuster selon les consignes de votre école :

Section	Poids indicatif
Introduction générale	5–8 %
Revue de littérature	20–25 %
Problématique et hypothèses	5–8 %
Méthodologie	15–18 %
Résultats et analyse	20–25 %
Recommandations	12–15 %
Conclusion	5 %

Cette trame est fournie à titre indicatif par l'équipe Expertmemoire.com. Pour un cadrage adapté à votre sujet précis et aux exigences de votre école, nos rédacteurs spécialisés en marketing peuvent vous accompagner dès la phase de problématique.