. محمد بن احمد2 جامعة وهران.

Université d'Oran 2 Mohamed Ben Ahmed

كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير

Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion

COURS DE METHODOLOGIE DE LA RECHERCHE

Polycopié pour les étudiants en Master 1

Marketing hôtelier et touristique

Préparé par :

DIAFI Zahéra

Maitre de conférences B

Université Oran 2.

2025 – 2026

Le sommaire

Préface **5**

Introduction **7**

Partie 1 : la nature, les objectifs et la structure du mémoire de fin d'études **10**

1. Le mémoire de fin d'étude 11

2. La phase de préparation à la rédaction 13

3. La forme et les différentes parties d'un mémoire 20

Partie 2 : Sujet, Problématique et Cadre théorique **35**

1. Choisir un sujet pertinent et réalisable 36

2. Construire une problématique claire et pertinente 42

Partie 3 – Le cadre théorique **53**

1. Définition et rôle du cadre théorique 55

2. Les étapes de construction du cadre théorique ..... ……57

3. Les composantes essentielles du cadre théorique ..... ……60

4. Les qualités d'un bon cadre théorique 61

5. Le lien entre cadre théorique et cadre empirique 61

6. Erreurs à éviter dans la rédaction du cadre théorique 62

Partie 4 : Le cadre méthodologique **64**

1. La démarche méthodologique 65

2. Le type de recherche 66

3. Le terrain et la population étudiée 67

4. Les techniques et outils de collecte des données 67

5. Le traitement et l'analyse des données 68

6. Les limites méthodologiques 69

7. Synthèse 69

Partie 5 : Présentation et analyse des résultats 70
1. L'organisation des résultats 71
2. La présentation descriptive des données 71
3. L'analyse et l'interprétation 72
4. Validation ou infirmation des hypothèses 73
5. Les comparaisons et tendances 73
6. Discussion des résultats 74
7. Limites et perspectives 74
8. Synthèse générale 75

Partie 6 : Conclusion générale et recommandations 76
1. Rappel de la problématique et de la démarche 77
2. Principaux résultats et enseignements 77
3. Interprétation globale 78
4. Recommandations pratiques 79
5. Limites de la recherche 80
6. Perspectives de recherche 80
7. Conclusion finale 81

Partie 7: Conclusion générale et recommandations 82
1. Rappel de la problématique et de la démarche 83
2. Principaux résultats et enseignements 83
3. Interprétation globale 84
4. Recommandations pratiques 85
5. Limites de la recherche 86
6. Perspectives de recherche 86
7. Conclusion finale 87

Partie 8 : Les annexes **88**
1. Rôle et utilité des annexes 89
2. Exemple d'organisation des annexes 90
3. Conseils de présentation des annexes 93
4. Synthèse 93

Conclusion **94**
Bibliographie **97**
Table des matières **100**

Préface

Chers étudiants,

Ce support pédagogique est le résultat de plusieurs années d'échanges et d'expériences partagées avec différentes promotions de Master Marketing Hôtellerie. Je l'ai imaginé et construit spécialement pour vous accompagner dans l'une des étapes les plus exigeantes – mais aussi, croyez-moi, l'une des plus enrichissantes – de votre parcours : la rédaction du mémoire.

Je sais à quel point cet exercice peut parfois sembler difficile. Trouver un sujet qui ait du sens, formuler une problématique claire et pertinente, suivre une méthodologie sérieuse… tout cela demande du temps, de la patience et beaucoup de rigueur. Parfois, on se sent un peu perdu, et c'est normal. C'est justement pour vous aider à surmonter ces moments-là et avancer plus sereinement que j'ai conçu ce document.

À l'intérieur, vous trouverez :

- Les bases méthodologiques essentielles pour la recherche en marketing hôtelier
- Un plan clair pour construire votre projet étape par étape
- Des conseils pour relier efficacement la théorie et la pratique
- Les attentes académiques qui font la différence pour un mémoire solide et reconnu

Ce polycopié n'est pas un cadre rigide. Voyez-le plutôt comme un guide flexible, que vous pouvez adapter à votre sujet et à votre manière de travailler. Rappelez-vous : au-delà des règles et de la méthode, votre mémoire doit surtout montrer votre capacité à analyser en profondeur les enjeux actuels du marketing hôtelier. C'est ce mélange entre rigueur scientifique et pertinence professionnelle qui donnera toute sa valeur à votre travail.

À travers ce polycopié, l'étudiant apprendra à :

- **concevoir un projet de recherche**, en partant d'une idée pertinente et d'une question précise ;
- **ancrer sa réflexion dans un cadre théorique fiable**, appuyé sur des sources scientifiques;
- **adopter une méthodologie rigoureuse**, adaptée au terrain et aux objectifs poursuivis ;
- **analyser et interpréter les données** avec discernement ;

- **formuler des conclusions et des recommandations** utiles à la fois sur le plan académique et professionnel.

Au-delà de la dimension académique, la méthodologie de la recherche est avant tout une **école de rigueur, de réflexion critique et de créativité**.
Dans le contexte de l'hôtellerie et du tourisme, elle devient un véritable outil de **développement durable**, permettant d'améliorer les services, de valoriser les ressources locales et d'offrir aux visiteurs des expériences authentiques et de qualité.

Je vous souhaite une belle aventure intellectuelle, avec ses défis… et ses satisfactions.

Introduction

La méthodologie de la recherche occupe une place essentielle dans la formation universitaire, car elle constitue le socle sur lequel repose tout travail scientifique rigoureux et crédible.

Ce polycopié est destiné aux étudiants de première année du Master «**Marketing hôtelier et touristique**», il vise à offrir un cadre clair, structuré et concret pour comprendre, concevoir et réaliser un mémoire de fin d'études de qualité. Son objectif est de les accompagner dans la préparation de leur mémoire de fin d'études et de souligner l'importance d'une bonne préparation pour réussir ce travail académique.

Rédiger un mémoire n'est pas seulement une exigence académique : c'est avant tout une **expérience d'apprentissage intellectuel et professionnel**. Elle mobilise la capacité à poser les bonnes questions, à chercher des réponses vérifiables, à analyser des faits avec objectivité et à formuler des conclusions argumentées. Dans le domaine du **tourisme et de l'hôtellerie**, cette démarche revêt une importance particulière, car elle permet d'explorer des problématiques actuelles telles que la satisfaction de la clientèle, la digitalisation des services, le développement durable ou encore l'évolution des comportements touristiques.

Pensé comme un outil pratique, ce document couvre l'ensemble du processus de rédaction du mémoire : du choix du sujet et du directeur de recherche jusqu'à la présentation des résultats finaux. Il est structuré en cinq grandes parties, organisées de manière logique pour maximiser leur utilité pédagogique.

Ce polycopié a donc été élaboré dans une optique **à la fois théorique et pratique**. Il accompagne l'étudiant à travers toutes les étapes de la recherche, depuis la réflexion initiale jusqu'à la présentation des résultats finaux. L'objectif est double :

- **Former à la rigueur scientifique**, en inculquant les principes de la démarche de recherche, la formulation d'une problématique, la construction d'un cadre théorique et la mise en œuvre d'une méthodologie adaptée ;

- **Préparer à la vie professionnelle**, en montrant comment la recherche peut devenir un outil d'aide à la décision, d'innovation et d'amélioration continue dans les entreprises hôtelières et touristiques.

La **première partie** du document présente la nature, les objectifs et la structure du mémoire de fin d'études, en insistant sur les exigences formelles et intellectuelles propres à ce type de travail. Elle aide l'étudiant à comprendre les éléments constitutifs du mémoire, ainsi que les règles académiques qui garantissent sa qualité.

La **deuxième partie** aborde les étapes de la **construction du sujet, de la problématique et du cadre théorique**. Ces fondations sont essentielles : un mémoire bien préparé commence toujours par un questionnement clair, ancré dans une réalité professionnelle et soutenu par un ensemble cohérent de références théoriques.

La **troisième partie** développe le **cadre théorique**, véritable colonne vertébrale intellectuelle du mémoire. Elle montre comment identifier, sélectionner et articuler les concepts, modèles et théories issus de la littérature scientifique pour analyser le phénomène étudié.

La **quatrième partie** est consacrée au **cadre méthodologique**, cœur opérationnel de la recherche. Elle explique comment choisir la démarche adaptée (qualitative, quantitative ou mixte), comment élaborer un questionnaire, conduire des entretiens, observer le terrain et analyser les données recueillies. Des exemples concrets issus du secteur hôtelier et touristique y sont proposés pour faciliter la compréhension et l'application.

Enfin, la **cinquième partie** met l'accent sur la **présentation et l'interprétation des résultats**, la **rédaction du mémoire** et la **structuration des annexes et de la bibliographie**. Cette dernière étape vise à accompagner l'étudiant dans la mise en forme finale de son travail, dans le respect des normes académiques et de la rigueur scientifique attendue.

L'ensemble du polycopié est conçu comme un **guide évolutif et accessible**, permettant à chaque étudiant de progresser à son rythme, tout en développant un esprit critique et analytique. Il ne s'agit pas d'un manuel figé, mais d'un compagnon de route, flexible et adaptable aux besoins de chaque projet de recherche.

En définitive, la maîtrise de la méthodologie de la recherche ne se limite pas à la préparation d'un mémoire ; elle représente une **compétence transversale** indispensable pour tout professionnel souhaitant comprendre, anticiper et accompagner les transformations du secteur hôtelier et touristique. Elle forme des chercheurs capables d'analyser le monde avec méthode, mais aussi des praticiens capables d'agir avec discernement et innovation.

PARTIE 1 :

LA NATURE, LES OBJECTIFS ET LA STRUCTURE DU MEMOIRE DE FIN D'ETUDES

Cette section abordera les aspects suivants :

1. **La nature et les objectifs du mémoire de fin d'étude**
2. **La phase préparatoire précédant la rédaction**
3. **La présentation formelle et la composition d'un mémoire**
4. **La rédaction : contenu détaillé de chaque section du mémoire**

1. Le mémoire de fin d'étude

Dans un sens plus spécifique, le mémoire est un document élaboré dans le cadre d'une formation, par une ou plusieurs personnes, sur un thème relevant du domaine d'étude choisi, dans une approche qui s'efforce de respecter les exigences propres à la démarche scientifique (Fragnière, 2016).

Ce travail vise à fournir une réponse argumentée à une problématique définie. Il constitue un exercice de réflexion permettant :

- De prouver sa capacité à mener à bien un projet de recherche et à en présenter les résultats de manière structurée ;
- De mobiliser une pensée critique et originale, tout en mettant en œuvre des compétences en méthodologie et en recherche.

1.1. Raisons de rédiger un mémoire de fin d'études

La rédaction d'un mémoire de licence peut répondre à divers motifs (Fragnière, 2016) :

- **Par obligation** : La rédaction s'impose souvent comme une exigence académique. Elle est inscrite dans les règlements pédagogiques, compte dans l'évaluation finale, et permet de valider un certain nombre d'ECTS. Le mémoire représente fréquemment l'ultime étape à franchir pour l'obtention du diplôme.
- **Par intérêt personnel** : Le plaisir lié à la réalisation d'un mémoire est parfois discret au départ, mais il s'installe progressivement. Rédiger un mémoire peut devenir une source de satisfaction : découvertes intellectuelles, enrichissement personnel, expériences collaboratives stimulantes. Ce plaisir est sans doute sous-estimé, alors qu'il s'agit aussi d'un moyen d'explorer et de nourrir sa curiosité intellectuelle.

- **Pour vivre une véritable expérience de travail intellectuel (approfondie et autonome)** : L'un des objectifs pédagogiques du mémoire est de permettre à l'étudiant de démontrer sa capacité à définir lui-même une problématique, à maîtriser les écrits scientifiques du domaine, à concevoir et appliquer une méthode rigoureuse, puis à produire un document structuré exposant l'ensemble de sa démarche.
- **La réalisation d'un mémoire offre de multiples apprentissages**. Elle permet notamment d'apprendre à organiser ses idées et à les exprimer clairement pour être compris par les autres. Le mémoire constitue ainsi un exercice d'apprentissage riche et structurant. Par ailleurs, au-delà du sujet traité, les connaissances et compétences acquises sont transférables à la vie professionnelle. Il représente donc un véritable tremplin vers l'insertion dans le monde du travail.

- **Pour contribuer à la connaissance d'un domaine de la réalité sociale** : Bien que cela ne constitue pas l'objectif principal d'un mémoire, il ne faut pas sous-estimer sa portée. Le champ social reste largement inexploré, et de nombreux aspects méritent d'être étudiés, compris et analysés. Dans bien des cas, un mémoire peut offrir un éclairage nouveau et pertinent sur un domaine encore peu documenté.

- **L'intensité émotionnelle qui accompagne la réalisation d'un mémoire** : Pourquoi entreprendre un mémoire ? Les raisons sont multiples, comme nous l'avons vu. Chacun agit selon ses propres motivations. Ce qui est certain, c'est que cette étape s'accompagne souvent d'une charge émotionnelle forte : on redoute cette phase autant qu'on l'attend, elle suscite discussions et interrogations. L'étudiant en cours de rédaction attire parfois une attention particulière. Et cette période est aussi faite de doutes, de blocages, d'hésitations et de remises en question.

1.2. Phases de réalisation d'un mémoire de fin d'études :

La rédaction d'un mémoire repose sur plusieurs étapes préalables. Une bonne planification permet non seulement de gagner du temps, mais aussi d'améliorer la qualité du contenu. Nous présentons ici les principales phases de réalisation d'un mémoire : (1) la phase de préparation, (2) la structure et la présentation du mémoire, et enfin (3) la phase de rédaction proprement dite.

2. La phase de préparation à la rédaction :

Cette étape est primordiale, car une planification rigoureuse permet d'optimiser son temps et d'obtenir un résultat plus abouti. Les paragraphes suivants détaillent les étapes à suivre avant de se lancer dans la rédaction proprement dite.

2.1. Élaboration d'un calendrier de travail :

Il faut avoir conscience que rédiger un mémoire exige un investissement important en temps. Dans un parcours académique classique, l'étudiant dispose de plusieurs mois pour le mener à bien, alors que ce délai peut être nettement plus court dans d'autres contextes. Cela ne signifie pas pour autant que la qualité doit en pâtir : bien au contraire, le niveau d'exigence reste élevé, notamment du point de vue de la rigueur scientifique. Il est donc crucial que l'étudiant mesure l'ampleur du travail à réaliser et anticipe les efforts à fournir en planifiant chaque étape.

C'est dans cette optique qu'il est indispensable de concevoir un calendrier de travail. Cet outil permet de répartir les différentes étapes de la rédaction de manière structurée et réaliste.

Le planning porte notamment sur un échéancier précis, couvrant toutes les étapes du mémoire. Il est conseillé de toujours prévoir une marge de sécurité pour chacune d'elles. Par exemple, si vous estimez que la rédaction de la conclusion vous prendra une journée complète (8 heures), prévoyez plutôt une journée et demie pour parer à d'éventuels imprévus. Cette logique de faisabilité s'applique également à la partie méthodologique : il est important de bien évaluer le temps nécessaire à la mise en œuvre de la démarche de recherche, notamment pour la collecte des données. Il n'existe pas de formule universelle pour cela, car les méthodes utilisées peuvent varier selon les disciplines. Par exemple, la diffusion d'un questionnaire en ligne via Google Forms, relayé sur plusieurs sites et réseaux sociaux (comme Facebook), a nécessité trois semaines pour atteindre 45 réponses exploitables.

Tableau n° 1. Calendrier de travail pour la rédaction d'un mémoire

	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
1) Détermination du sujet – thème de l'étude										
2) Recherche documentaire – Sourcing – tri des informations										
3) Lecture des informations, documents – Réalisation de note de synthèse, fiches de lecture										
4) Délimitation du cadre de l'étude, contextualisation, définition des objectifs du travail et de la problématique										
5) Elaboration du plan du mémoire										
6) Validation par le tuteur du mémoire										
7) Enquête de terrain – collecte des données										
8) Traitement / analyse des données										
9) Interprétation des résultats										
10) Rédaction										
11) Mise en page										
12) Relecture par vous-même										
13) Relecture par un proche										
14) Corrections										
15) Validation par le tuteur du mémoire										
16) Corrections										
17) Impression des tirages du mémoire										
18) Vérification de la conformité de chaque exemplaire										
19) Dépôt du mémoire										
20) Préparation à la soutenance orale										

Source : Fiche guide du planning du mémoire

http://amar-constantine.e-monsite.com/pages/programme-1ere-annee/methodologie-du-memoire- professionnel/le-memoire-professionnel-i-n-p-f-p-2010.html

2.2. Choisir le sujet du mémoire :

Les connaissances préalables et les intérêts personnels sur le sujet ainsi que sa pertinence par rapport à l'enseignement auquel il se rattache sont des éléments fondamentaux qui doivent guider le choix de l'étudiant.

Le choix du sujet constitue une étape essentielle dans la phase préparatoire du mémoire. Pour identifier un sujet pertinent, il est important de se poser les bonnes questions. Exemples de questions à envisager :

- Quelles sont les directives que je dois respecter ?
- Quel sujet pourrait réellement m'intéresser ?
- Mon sujet est-il réalisable dans le temps imparti ?

La motivation durant la rédaction dépend largement de l'intérêt porté au sujet. Une section ultérieure détaillera la démarche à suivre pour sélectionner un sujet de recherche pertinent et bien ciblé.

- ***Première approche documentaire :***

Pour clarifier le sujet et l'appréhender globalement, on peut consulter des documents qui donnent une vue d'ensemble sur la question.

- ***Quels types de documents ?***

La documentation utilisée concernera essentiellement des dictionnaires et encyclopédies (support papier ou en ligne), des manuels ou des articles de synthèse.

- Dresser une liste des différents aspects de la question au cours des premières recherches.
- Faire une liste des points sur lesquels vous avez déjà des idées.

Cerner le sujet :

- **La méthode QQQOCP :**

C'est un moyen mnémotechnique permettant de retenir un ensemble de questions simples qui vont être utilisées pour cerner, préciser et approfondir un sujet : **Qui Quoi Quand Où Comment Pourquoi.**

- **Qui ?** = Quels sont les acteurs, les personnes impliquées ?
- **Quoi ?** = Quels sont les aspects qui m'intéressent ?
- **Quand ?** = Quelle est la période concernée ?
- **Où ?** = Le sujet est-il circonscrit à une zone géographique précise ?
- **Comment ?** = Quelles approches ou points de vue faut-il considérer ? (historique, sociologique, économique, politique, etc.)
- **Pourquoi ?** = Quelle est l'importance du sujet dans le contexte actuel?

Thème général du travail.
- Faire une liste des différents aspects de la question. - Faire une liste des questions sur lesquels vous avez des idées et qui pourraient être abordés.
- Quels sont les principaux groupes concernés? - Lesquels m'intéressent?
Choisir une question et la reformuler comme objet de la recherche.
- Le sujet concerne t'il une période particulière? - Laquelle m'intéresse?
Le sujet de limite- t'il a une zone géographique précise?
Sous quel angle je désire étudier la question?
- Quel est l'importance du sujet dans le contexte actuel? - Pourquoi ce sujet devrait-il être traité?
Questions auxquelles j'aimerais répondre :

Source : Bibliothèque UQAM

2.3. Définir la problématique :

La problématique correspond à la question centrale que soulève le sujet retenu. Elle constitue ce que l'on appelle « l'art de formuler un problème pertinent ». Elle permet de cadrer le sujet et d'en déterminer l'orientation. Par exemple, pour un mémoire sur le tourisme en Algérie, une problématique axée sur les compétences professionnelles ou sur le tourisme durable conduira à des travaux de nature très différente, bien que le thème de départ reste le même.

2.4. Les questions de recherche :

La question principale de recherche découle directement de la problématique, mais elle prend la forme d'une interrogation. Il est donc essentiel d'en soigner la formulation, ainsi que celle des sous-questions. Les réponses apportées à ces sous-questions permettront de vérifier les hypothèses, contribuant ainsi à répondre à la question centrale, et par conséquent à la problématique générale.

- ***Une phrase courte :***

Le sujet doit être exprimé en une phrase courte, si possible sous forme de question et à l'aide de termes significatifs. Cet énoncé de recherche doit être le plus précis possible.

- ***Des concepts clés :***

Chaque terme de l'énoncé est important et va correspondre à des concepts/mots clés qui vont servir à élaborer les équations de recherche.

- ***Une sélection de termes :***

Il est conseillé pour chaque concept, de rechercher un ou plusieurs synonymes ou termes associés ainsi que leur traduction en langue anglaise.

Restreindre ou élargir le sujet

A l'issue de cette étape, deux types de difficultés peuvent se présenter :

<u>Difficulté</u> n° 1: le sujet est trop général, trop vaste.

- Risques majeurs :

- Surabondance de la documentation

- Traiter le sujet de manière superficielle en voulant être exhaustif

Que faire ?

- Restreindre le sujet en se concentrant sur un aspect de la question, en délimitant une zone géographique ou une période donnée.
- Ce choix ne sera pas sanctionné s'il est argumenté.

<u>Difficulté</u> n° 2 : le sujet est trop précis, trop pointu.

- **Risques majeurs :**

- Très ardu à traiter

- Difficulté à repérer la documentation

- Nécessité d'interroger de nombreuses sources

Que faire ?

- Mettre le sujet en perspective.
- Replacer le sujet dans un contexte plus large vous permettra d'aborder des aspects de la question auxquels vous n'auriez pas pensé dans un premier temps et ainsi d'élargir sa portée.

2.5. L’étude du cadre théorique :

Une fois la problématique et les questions de recherche définies, il est nécessaire d’identifier les concepts et théories fondamentaux liés à l’angle choisi ; c’est ce que l’on appelle le cadre théorique. L’étudiant doit alors consulter les travaux, théories, données ou thèses portant sur un sujet similaire. Ce cadre permet d’ancrer la recherche dans une démarche scientifique, en prouvant sa validité académique. Il est également important de résumer ces apports théoriques dans l’introduction du mémoire, puis de les mobiliser dans le développement, dès qu’ils contribuent à éclairer la problématique étudiée.

2.6. Le plan de recherche :

Une fois le cadre théorique établi, l’étudiant peut concevoir son propre plan de recherche, également appelé plan d’action. Ce plan vise à déterminer les méthodes et outils nécessaires à la collecte de données empiriques, afin de tester les hypothèses et d’apporter une réponse cohérente à la problématique.

Le plan de recherche, souvent désigné comme « méthodologie pratique », permet notamment de :

- Identifier le type d’étude à mener (qualitative, quantitative ou mixte) ;
- Sélectionner les instruments de collecte adaptés (entretiens, focus group, enquêtes, modèles comme la pyramide de Maslow, etc.).

Il convient de préciser que ce plan n’est pas le plan de développement du mémoire (chapitres et sections), mais bien une démarche stratégique visant à recueillir des données pertinentes pour traiter efficacement le sujet choisi.

2.7. Élaborer son plan général (plan de développement)

Le plan général doit structurer les idées de l’étudiant pour répondre de manière claire et pertinente à la problématique initiale. S’il est bien construit, il facilitera aussi la présentation logique de l’argumentation dès l’introduction.

Le plan doit impérativement découler de la problématique. Chaque partie doit suivre une continuité logique avec la précédente et permettre une progression cohérente de l’analyse.

3. La forme et les différentes parties d'un mémoire

Le plan de développement constitue l'ossature du mémoire. Il doit être cohérent, équilibré et en parfaite adéquation avec la problématique. Avant de commencer la rédaction, il est indispensable d'avoir une vision claire de sa structure, généralement organisée comme suit :

3 .1 La page de garde : Il s'agit de la toute première page du mémoire, généralement fournie ou imposée par l'établissement. Elle doit comporter les éléments suivants :

- Le nom de la faculté où vous étudiez.
- Le département auquel vous y êtes affectez.
- Votre spécialité.
- Le sujet de votre recherche.
- Le logo de l'entreprise où le sage est effectué.
- Vos nom et prénom.
- Le nom de votre encadreur.
- Le nom du jury (s il y a lieu d'une soutenance).
- L'année de votre promotion.

Université Oran2Mohamed Ben Ahmed

Faculté des sciences économiques, commerciales et des sciences de gestion



Département des Sciences Commerciales.

Spécialité: Marketing

Le sujet

Présenté par :

Dirigé par :

Membre du jury :

Promotion 2025 - 2026

3 .2 Les remerciements : Les remerciements offrent à l'étudiant l'occasion d'exprimer sa gratitude envers toutes les personnes ayant contribué, de près ou de loin, à la réalisation de son mémoire. Il s'agit notamment de l'enseignant encadrant, du tuteur en entreprise ou de toute autre personne ayant apporté un soutien académique, professionnel ou personnel durant le travail de recherche.

- Se placent au début du document, après le sommaire et avant l'introduction.
- Sont adressés dans un premier temps à votre responsable en entreprise et directeur de recherche pour leur encadrement, conseils et orientations.
- En second lieu, sont adressés à l'ensemble du personnel de l'entreprise pour son accueil et sa collaboration (facultatif).

3.3 Le Résumé ou *abstract* : permet au lecteur d'apprécier rapidement l'intérêt de la recherche et de décider s'il souhaite en poursuivre la lecture. Il doit être clair, concis et structuré autour de quatre questions essentielles :

- Quelle problématique a été abordée ?
- Quels travaux ou recherches antérieures existent sur le sujet ?
- Quels résultats ont été obtenus ?
- Quelle est la portée ou la signification de ces résultats ?

3.4 Le Sommaire : C'est la vitrine de votre travail.

- Il reflète le contenu et permet à l'évaluateur de juger votre travail.
- Il peut être en deux ou trois parties numérotées avec une introduction et une conclusion.

Exemple de sommaire:

Introduction générale……3

Partie 1: Les Fondements théoriques.....4

1- Introduction……..….5

2-Définition……..…....6

3-Eléments de la stratégie marketing……..…7

4- Conclusion…….8

Partie 2 : Cas pratique au sein de la Société Général.……9

1- Introduction……..10

2- Description de l'entreprise……...11%

3- Description des activités réalisées……12

4- Conclusion……13

Conclusion générale…….……14

Bibliographie……15

Annexes…….....16

3.5 Liste des figures et tableaux : L'ensemble des tableaux, figures et schémas présents dans le mémoire doit être recensé dans une liste dédiée. Chaque élément doit y être accompagné de son intitulé ainsi que du numéro de page correspondant.

3.6 Liste des abréviations : La liste des abréviations regroupe l'ensemble des sigles et abréviations employés dans le mémoire. Présentée par ordre alphabétique, elle peut être placée soit après la liste des tableaux et figures, soit en fin de document, à la suite de la bibliographie.

- Glossaire
- Introduction (la pagination débute ici)
- Développement : cadre théorique
- Développement : méthodologie de recherche (partie empirique)
- Développement : analyse des résultats
- Conclusion
- Bibliographie
- Annexes
- Table des matières

3.6 La liste des abréviations : La liste des abréviations permet de lister les abréviations des mots utilisées dans le mémoire. Cette liste est classée par ordre alphabétique, On peut la mettre au début après la liste des tableaux ou à la fin après la liste des références bibliographiques.

3.7. Le glossaires : Le lexique comprend tous les termes employés qui pourraient requérir une brève définition. Il faut dresser une liste alphabétique des termes présents, accompagnée d'une courte description ou définition pour chacun.

3.8 L'introduction ou la problématique :

- Se fait en 1 ou 2 pages pour un rapport de 30 pages.
- Rédigé selon la méthode QQQOCP.

L'introduction sert à présenter le sujet ainsi que la problématique. Elle décrit également le développement du mémoire et son organisation. Une introduction bien écrite et claire incite le lecteur à poursuivre sa lecture. Nous examinerons les éléments constitutifs de l'introduction dans la section dédiée au contenu des composantes du mémoire. En général, celle-ci se compose de quatre parties : une amorce, le choix du sujet, la problématique et l'annonce du plan.

- Dans l’introduction ou la problématique on y trouve les éléments suivants :
- Généralités sur le thème,
- Justification du choix du sujet et motivations,
- Identification et formulation du problème,
- Questions de recherche,
- Énoncé des objectifs de recherche,
- Formulation des hypothèses,
- Définitions des indicateurs de variables,
- Démarche générale de vérifications

3.9 Le développement : Il s’agit de subdiviser le travail en deux parties, Partie théorique et Partie pratique. Chaque étudiant à la liberté de modeler son développement en fonction de son sujet d'étude et de la structure de son argumentation. Habituellement, le processus de développement se déroule comme suit :

Chapitre 1

Section 1

Section 2

Chapitre 2

Section 1

Section 2

Chapitre 3

Section 1

Section 2

3.10 La conclusion : En fin de compte, apporte une réponse à la question posée. Les résultats peuvent parfois donner lieu à diverses interprétations. On peut alors ajouter une brève section appelée discussion avant la conclusion, où nous présenterons les différentes interprétations possibles et proposerons également des recherches supplémentaires. Typiquement, la conclusion devrait se composer de trois éléments :

- Récapitulatif des éléments clés.
- Confirmation ou infirmation des hypothèses.
- Ouverture (perspectives)

La conclusion se fait généralement en une page, Présenter d'abord les principales conclusions du rapport, les hypothèses retenues pour répondre à la problématique et les hypothèses écartées, définir les limites du rapport. Définir les perspectives d'évolution de l'entreprise. Et pour conclure, faire un bilan du stage effectué : mettre en avant l'utilité du stage, souligner ce qu'il a apporté en termes de connaissances (l'entreprise, le secteur d'activité, les marchés…) et de compétences techniques et professionnelles (ouverture d'esprit, rigueur, esprit d'analyse et de synthèse, gestion d'équipe…).

3.11 La bibliographie :

Elle se place après la conclusion et contient les références détaillées de l'ensemble des lectures et ouvrages (papier ou en ligne) utilisés ou cités dans votre rapport. Ce sont vos sources.

Une bibliographie est une liste de diverses sources utilisées par l'auteur (d'un document) (livres, articles, séminaires, actes de congrès, documents audiovisuels, etc.). Pour créer une référence bibliographique, il faut identifier les parties du document ou de sa notice bibliographique qui contiennent les éléments nécessaires à sa description.
Vous devez les citer :

- Afin que le lecteur les connaisse et puisse les vérifier.
- Pour attester du sérieux de votre démarche, de vos choix.
- Par respect du droit d'auteur, de la propriété intellectuelle.

- **Des monographies :**

Dans le cas des ouvrages imprimés, la quasi-totalité d'entre eux sont indiqués sur la page de titre : auteur, titre, éditeur, collection. Au verso de la page de titre figurent les informations de publication : éditeur, lieu et date de publication. La dernière page (« impression terminée ») indique également la date de publication.

- **Un périodique :** L'essentiel de l'information se trouve sur la page de titre et sur celle de l'article. Auteur, Prénom. Titre de l'article. Titre du périodique, année de publication, n°, pagination.

Ex: Morel, Guillaume. Le jeu à la cour de Versailles. Connaissance des Arts, 2009, Hors Série, 415, p. 7-20.

- **Les documents en ligne :**

Auteur, Prénom. Titre [en ligne]. Nom de l'éditeur, date de publication ou de mise à jour [date de consultation]. Disponibilité et accès.

Ex : Internet sans crainte [en ligne]. Tralalère, 2009[consultéle15octobre2010]. Disponible sur http://www.internetsanscrainte.fr/

- Une page de site internet, Auteur du site, prénom. Titre du site [en ligne]. Nom de l'éditeur, date de publication, date de mise à jour [date de consultation]. Titre de la page. Disponibilité et accès.

Ex : Identité numérique [en ligne]. CNIL, 2005, [consulté le 15 octobre 2010]. L'utilisation de l'image des personnes. Disponible sur: http://www.cnil.fr/dossiers/identite-numerique/

Une ressource en ligne étant temporaire donc susceptible d'être modifiée, voire de disparaitre, il est important d'en mentionner la date de consultation.

Si des informations ne figurent pas sur le document, il ne faut pas les inventer, on peut consulter des notices de catalogues en ligne pour rédiger ses propres références**.**

Lorsque qu'un document n'a pas d'auteur, le classer au titre en l'insérant au classement alphabétique de l'auteur

Enfin, actuellement la plupart des universités optent pour le style APA pour rédiger ses références bibliographiques.

3.12. Les annexes

Un mémoire doit aller droit à l'essentiel dans son contenu principal. Tout ce qui n'est pas indispensable au corps du texte mais qui reste important pour comprendre le travail réalisé doit être placé dans les annexes.

Les annexes regroupent donc l'ensemble des documents qui ne figurent pas directement dans le texte, mais qui ont servi lors de la recherche ou de la rédaction. Elles permettent au lecteur de voir concrètement sur quelles bases et avec quelles méthodes le travail a été mené.

On y met généralement des éléments comme : des interviews complètes, des questionnaires, des tableaux de données, ou encore des analyses détaillées. Bref, tout ce qui permet au lecteur de vérifier ou d'approfondir les informations sans alourdir la lecture du mémoire.

Les annexes viennent compléter votre argumentation. Il s'agit de tous les documents utilisés pour la réalisation du rapport : article de presse, lois, statistiques, schémas…., elles Ne doivent pas dépasser les 10 à 30% du rapport. Elles sont numérotées et classées en dernier lieu. Et possèdent une note de renvoie dans le corps du rapport.

3.13. La table des matières :

L'index du manuscrit, qui présente une liste exhaustive des titres et sous-titres, offre au lecteur la possibilité de localiser précisément chaque élément (chapitre, section, titre, sous-titre) avec son numéro de page respectif. Le mémoire comprendra tous les éléments, y compris les annexes.

4. La rédaction :

Le contenu correspondant à chaque section de la thèse. La finalisation d'un mémoire de fin d'études implique la rédaction, c'est-à-dire l'élaboration, la formulation et la rédaction du contenu de chaque composant présenté dans la structure que nous venons d'exposer dans la section précédente :

4.1. Le résumé (abstract)

Le résumé est la première partie que lira votre jury. Il doit être court (maximum une page), précis et rédigé au présent. Il répond généralement à quatre questions :

1. Quelle est la problématique ?
2. Qu'a-t-on déjà fait sur le sujet ?
3. Quelles découvertes ont été réalisées ?
4. Que signifient ces résultats ?

Il se place juste après les remerciements et avant le sommaire. Il explique le titre, Il est une courte version du mémoire et Il donne un aperçu du mémoire.

4.2. L'introduction

L'introduction présente le sujet, la problématique, la méthodologie et le plan du mémoire. Elle doit :

- accrocher l'attention du lecteur (citation, fait marquant, statistique…),
- présenter clairement le thème,
- exposer les motivations et l'intérêt scientifique,
- annoncer la démarche suivie et la structure du mémoire.

Elle doit être rédigée avec soin, car beaucoup de lecteurs ne liront que l'introduction et la conclusion.

a. Le But de l'introduction : L'objectif de l'introduction est de :

- Présentation du thème de la thèse : Quel est l'objectif de l'étude et quel en est le sujet ?

- Susciter l'intérêt du lecteur pour poursuivre la lecture du document : On peut capter l'attention du lecteur en employant des exemples pertinents tirés de sources actuelles ou de situations quotidiennes.

- Établir la pertinence de l'étude : Il est indispensable de persuader le lecteur de la valeur scientifique et pratique du sujet examiné.

b. Les composantes de l'introduction :

L'introduction, qui suit le résumé et le sommaire, doit comporter au moins deux pages. Elle se compose généralement des éléments suivants : Introduction : Introduction du thème et explication des termes ; Raisons personnelles en lien avec le sujet ou la thèse (optionnel) ; Définition du cadre théorique ; Problématique de la thèse ; Exposé de l'approche ou de la méthode de recherche ; Présentation du plan.

- **L'accroche de l'introduction d'un mémoire :** L'accroche peut avoir différentes formes :
  - une citation ;
  - un événement d'actualité ;
  - une observation ;
  - un extrait d'entretien ;
  - une statistique,…

L'information donnée dans l'accroche vous conduit à présenter le sujet ou le thème de votre mémoire.

- **Exposition du sujet :** Immédiatement après l'« accroche », il est nécessaire d'introduire le sujet ou le thème de recherche de manière précise et succincte. Le lecteur doit être en mesure de saisir le sujet du mémoire (ce point fera l'objet d'une section dédiée).

- **Vos raisons de motivation :** Quelle a été votre motivation pour entreprendre cette recherche ? Pourquoi avoir choisi ce sujet de mémoire ? S'agit-il d'un article de journal ou d'un sujet qui a toujours suscité votre intérêt ? En présentant un exemple captivant, on suscite instantanément l'intérêt du lecteur pour poursuivre la lecture de l'introduction.

- **Le sujet ou le thème de recherche** de manière précise et succincte. Le lecteur doit être en mesure de saisir le sujet du mémoire (ce point fera l'objet d'une section dédiée).

- **Le cadre théorique de l'étude :** Il est essentiel d'identifier les théories, concepts majeurs et idées existantes en relation avec le sujet sélectionné dans le contexte théorique. Étant donné l'importance de cette section dans un mémoire, nous avons choisi de lui dédier une partie entière pour expliquer aux étudiants comment la rédiger et son utilité.
- **La problématique :** L'enjeu : Il est nécessaire d'examiner les aspects évoqués précédemment pour formuler les interrogations qui orienteront la recherche avant la composition du mémoire. Comme mentionné précédemment, la problématique est cruciale, car c'est elle qui va définir l'approche sélectionnée.
  Pour traiter la question, il est possible d'employer des interrogations de recherche ou encore des sous-interrogations. Si l'on préfère formuler des suppositions plutôt que des interrogations de recherche, on peut aussi les inscrire ici.
- La présentation de l'approche et de la méthodologie de recherche : Pour répondre aux interrogations concernant notre sujet, il vous a fallu mettre en place une méthode de collecte d'informations (observations, questionnaires, interviews, documents, lectures...). Il est nécessaire de les introduire ici.

- Exemple de présentation de la démarche méthodologique de recherche : Pour aborder le sujet et répondre aux interrogations formulées, un plan de recherche a été conçu. Avant tout, trois questionnaires ont été publiés en ligne de manière périodique sur une durée de quatre mois. Nous avons également réalisé des entrevues semi-structurées avec des experts.

- Mentionnez la spécialité. La recherche empirique a finalement été enrichie par une multitude de lectures sur le thème...

- La déclaration du plan : Dans l'annonce d'un plan, il est préférable d'éviter l'utilisation de « premièrement / deuxièmement » qui sont trop communs. L'objectif est de présenter les éléments de votre développement de façon cohérente et explicite.

4.3. Le développement

Le développement est le cœur du mémoire. Il alterne analyses théoriques et données empiriques, et s'articule de façon logique pour répondre à la problématique. On y retrouve :

- un **cadre théorique** (concepts, modèles, état de la recherche),
- une **partie empirique** (méthodologie, résultats, analyses).

4.4. La conclusion

La conclusion répond à la problématique et résume les principaux résultats. Elle :

- revient sur les points clés,
- confirme ou infirme les hypothèses,
- propose des perspectives (ouvertures).

Elle ne doit pas introduire d'informations nouvelles, sauf pour l'ouverture. En général, elle occupe 2 à 3 pages.

4.5. Les annexes : fonctions et contenu

On place en annexe toutes les informations complémentaires qui risqueraient d'alourdir le texte principal :

- questionnaires complets,
- retranscriptions d'entretiens,
- tableaux de données détaillés,
- documents justificatifs.

Les annexes servent à appuyer vos propos, mais le mémoire doit rester compréhensible même sans elles.

- Viennent compléter votre argumentation.
- Il s'agit de tous les documents utilisés pour la réalisation du rapport: article de presse, lois, statistiques, schémas….
- Ne doivent pas dépasser les 10 à 30% du rapport.
- Sont numérotées et classées en dernier lieu.
- Possèdent une note de renvoie dans le corps du rapport.

Le rôle des annexes dans un mémoire :

a. Le rôle des annexes dans un mémoire :

Le contenu principal du mémoire doit être précis et succinct afin d'être compréhensible. Il arrive fréquemment que nous devions fournir des informations supplémentaires aux lecteurs afin de leur permettre de mieux saisir certains aspects. Toutes ces informations supplémentaires sont considérées comme des annexes. Par conséquent, le contenu principal du document demeure clair et succinct.

b. Le contenu des annexes dans un mémoire :

Les annexes doivent inclure des informations pertinentes, sans toutefois alourdir le mémoire ou entraver sa lisibilité. Il est également impossible d'éliminer ces informations, car elles aident les lecteurs à confirmer la rigueur de vos travaux et leur fondement sur des faits concrets.

c. Exemples fréquents d'annexes :

- Il est possible de présenter les résultats sous forme de tableau récapitulatif. Il peut être compliqué de déterminer quels résultats doivent être inclus dans les annexes et lesquels doivent figurer dans la partie principale du mémoire. Les conclusions les plus significatives, celles qui font avancer votre pensée, se trouvent au centre de votre mémoire.

- Conduite d'entretiens et conception des questionnaires : Les copies écrites de vos questionnaires et entretiens peuvent être ajoutées en annexe. Le lecteur pourra plus aisément saisir les fondements de vos conclusions.

- Dans le mémoire, il est essentiel de placer les tableaux et illustrations les plus pertinents au centre du document.

Comment citer les annexes d'un mémoire ?

Il est nécessaire de référencer et d'expliquer la signification des annexes dans le corps du mémoire.

Il est fortement recommandé de numéroter les annexes et de conserver l'ordre des pages pour permettre aux lecteurs de les localiser aisément.

Exemple : mentionner une annexe dans le corps principal du mémoire. faire référence à une partie des annexes dans le texte principal

- Ces résultats (voir Annexe 3, Tableau 1) montrent que ….
- Le tableau 2 de l'Annexe 1

PARTIE 2 :

SUJET, PROBLEMATIQUE ET CADRE THEORIQUE

Lorsque l'on se lance dans la rédaction d'un mémoire ou d'un rapport de recherche, trois piliers fondamentaux structurent tout le travail : **le sujet**, **la problématique** et **le cadre théorique**.
Ces éléments sont indissociables : le sujet détermine l'objet de la recherche, la problématique précise la question centrale à laquelle on veut répondre, et le cadre théorique fournit les outils conceptuels et scientifiques pour y parvenir.

Malheureusement, beaucoup d'étudiants choisissent un sujet trop vague, formulent une problématique floue ou se contentent d'un cadre théorique qui n'est qu'une accumulation de définitions sans lien clair avec la recherche.

Pour éviter ces écueils, il faut comprendre comment ces trois dimensions s'articulent :

1. **Le sujet de mémoire : Critères de choix et pertinence**
2. **La formulation de la problématique et des questions de recherche**
3. **La rédaction du cadre théorique**

1. Choisir un sujet pertinent et réalisable

Comme nous l'avons déjà souligné, la sélection du thème de mémoire est une phase cruc ialement importante, compte tenu de son influence sur le processus de recherche et de rédactio n.
Si le sujet est pertinent, réalisable et constitue un choix personnel, cela influencera positiveme nt cette démarche et rendra le travail plus agréable.

Le choix du sujet est une étape stratégique : il conditionne non seulement la qualité du travail final, mais aussi votre motivation pendant plusieurs mois.

1.1. Critères de choix

Un bon sujet doit être :

- **Pertinent** : il doit s'inscrire dans votre domaine d'étude et présenter un intérêt scientifique, social ou professionnel.
- **Faisable** : vous devez pouvoir collecter les données nécessaires dans le temps et avec les moyens disponibles.

- **Motivant** : il doit susciter votre curiosité et maintenir votre intérêt tout au long du travail.
- **Utile** : il devrait, si possible, avoir des retombées concrètes pour une organisation, un secteur ou la communauté scientifique.

1.2. Étapes pour trouver son sujet

Le choix du sujet est une étape déterminante dans la préparation d'un mémoire. Pour éviter les erreurs et avancer de manière méthodique, l'étudiant doit suivre certaines étapes clés.

1. **Analyser le cadre académique** : vérifier les contraintes imposées par votre formation (thème imposé, lien avec la spécialité, actualité du sujet…).
2. **Faire un état des lieux** : consulter la littérature scientifique (articles, rapports, thèses) pour repérer les débats en cours et les lacunes.
3. **Utiliser la méthode QQQOCP** : Qui ? Quoi ? Quand ? Où ? Comment ? Pourquoi ? Cet outil simple permet de délimiter le sujet et d'en cerner les contours essentiels.
4. **Restreindre ou élargir si nécessaire** :
    - Sujet trop vaste → réduire à un aspect précis (zone géographique, période donnée, population ciblée).
    - Sujet trop étroit → élargir le contexte pour trouver davantage de ressources.

a. Prendre en compte les exigences de l'établissement

Avant toute chose, il est nécessaire de se renseigner sur les contraintes fixées par l'université ou la faculté. Chaque établissement peut imposer des conditions spécifiques concernant le choix du sujet. Par exemple, il peut être demandé de travailler sur :

- un sujet **d'actualité**, en lien avec les évolutions récentes de la discipline ;
- un sujet en **relation directe avec la spécialité étudiée** ;
- un sujet pouvant être **vérifié empiriquement**, c'est-à-dire par des enquêtes, observations ou expériences sur le terrain ;
- ou encore un sujet choisi dans une **liste prédéfinie proposée par l'établissement**.

Ces impératifs doivent être considérés comme un cadre de départ, qui guidera l'étudiant dans la sélection de son thème de recherche.

b. Déterminer le type de recherche

Une fois les contraintes de l'établissement vérifiées, il est essentiel de réfléchir au type de recherche que l'on souhaite mener. Deux grandes possibilités s'offrent généralement à l'étudiant :

- **Analyse documentaire** : il s'agit de comparer, critiquer et mettre en perspective des articles scientifiques ou des études déjà existantes. Ce type de recherche demande un travail rigoureux de lecture, de synthèse et d'interprétation.
- **Recherche de terrain** : l'étudiant peut également réaliser sa propre enquête, en collectant des données originales. Cela peut prendre la forme d'une **étude qualitative** (entretiens, observations, études de cas) ou d'une **étude quantitative** (questionnaires, analyses statistiques, etc.).

Le choix dépendra non seulement de la nature du sujet, mais aussi des compétences, des ressources et du temps dont dispose l'étudiant.

c. Délimiter le domaine de recherche

Après avoir choisi le type de recherche, il faut identifier le **domaine général** dans lequel s'inscrira le sujet. Celui-ci doit être suffisamment vaste pour garantir l'accès à des informations variées et pertinentes, mais pas trop large pour éviter de se disperser.

Deux erreurs fréquentes sont à éviter :

- **Un sujet trop vaste** : il risque de devenir ingérable, faute de temps et de moyens pour tout couvrir en profondeur.
- **Un sujet trop restreint** : il limite les possibilités d'analyse et peut conduire à un travail superficiel ou sans réelle portée scientifique.

Le bon équilibre consiste donc à choisir un domaine clair, précis et réalisable dans le délai imparti, tout en permettant une réflexion riche et approfondie.

d. Faire des lectures exploratoires

Une fois le domaine choisi, il est indispensable d'approfondir ses connaissances en consultant des documents et des articles récents. Chaque discipline possède des revues scientifiques ou professionnelles de référence, qu'il convient d'identifier et de parcourir. Ces lectures permettent :

- de mieux cerner l'état actuel des recherches dans le domaine ;
- de repérer les débats, les tendances et les lacunes ;
- de collecter des références solides qui serviront de base à votre mémoire.

Un conseil pratique : établissez une **liste des revues et sources principales** liées à votre sujet, afin de pouvoir y revenir facilement tout au long de votre travail.

e. Délimiter le sujet de recherche

Après avoir exploré la littérature, il est temps de préciser votre sujet. Autrement dit, vous devez choisir un **angle d'étude** clair et précis.

Exemple d'affinage progressif :

- Sujet général : *les produits bio* ;
- Sujet plus précis : *les pommes biologiques* ;
- Sujet encore plus ciblé : *la culture de pommes biologiques dans la zone X*.

Pour effectuer cette délimitation, plusieurs critères peuvent être mobilisés :

- **Le sous-thème** : se concentrer sur une partie spécifique du sujet global. *Exemple : au lieu d'étudier "le marketing digital", on peut cibler "le marketing d'influence sur Instagram".*
- **La dimension géographique** : restreindre l'étude à une zone précise. *Exemple : analyser l'impact des réseaux sociaux non pas en Algérie entière, mais spécifiquement à Oran.*

- **La relation entre variables** : étudier les interactions entre deux éléments. *Exemple : mesurer la relation entre un nouveau mode d'organisation du travail et la productivité des employés.*
- **La dimension temporelle** : analyser un phénomène sur une période déterminée. *Exemple : observer l'évolution du commerce électronique avant et après la pandémie de COVID-19.*
- **La catégorie sociale étudiée** : cibler un groupe spécifique de personnes ou d'organisations.
  Exemple : étudier l'absentéisme uniquement dans les établissements publics, plutôt que dans l'ensemble du secteur privé.

En résumé, **délimiter son sujet, c'est le rendre faisable et pertinent**, en lui donnant des contours précis qui permettront une analyse approfondie et réaliste.

f. La pertinence d'un sujet de mémoire

Un sujet est dit **pertinent** lorsqu'il présente une véritable utilité et du sens, aussi bien pour l'étudiant qui le prépare, que pour l'établissement universitaire et, le cas échéant, l'entreprise dans laquelle s'inscrit la recherche.

- **Pour l'étudiant** : le sujet doit avant tout susciter de l'intérêt personnel. Travailler plusieurs mois sur un thème qui ne nous motive pas rend la recherche et la rédaction beaucoup plus difficiles. Choisir un sujet qui correspond à ses centres d'intérêt facilite l'investissement, la créativité et la persévérance.
- **Pour l'établissement** : le sujet doit s'inscrire dans le cadre du programme académique et répondre aux attentes pédagogiques. Il est donc essentiel d'échanger avec son encadrant afin de vérifier la cohérence entre le thème retenu et les objectifs de la formation.
- **Pour l'entreprise de stage (le cas échéant)** : lorsque le mémoire est réalisé en partenariat avec une organisation, le sujet doit avoir une utilité pour cette dernière. Discuter avec le tuteur professionnel permet de s'assurer que la recherche apportera une contribution concrète et exploitable (ex. recommandations, pistes d'amélioration, diagnostic).

- Exemple:

  Si plusieurs études montrent que *les réseaux sociaux influencent le comportement des consommateurs*, mais qu'aucune n'a encore analysé *l'impact d'Instagram sur les jeunes adultes dans une ville précise*, alors ce type d'approche peut représenter une contribution scientifique originale.

Ainsi, un sujet pertinent est un **point d'équilibre** : il motive l'étudiant, respecte le cadre académique et répond aux besoins d'un partenaire professionnel éventuel.

g. La pertinence scientifique du sujet de mémoire

Au-delà de l'intérêt pratique, un mémoire doit également présenter une **pertinence scientifique**. Cela signifie que la recherche contribue, même modestement, à enrichir les connaissances dans un domaine donné.

Concrètement, cela suppose :

- de **repérer une lacune** dans la littérature scientifique (un aspect peu étudié, une nouvelle perspective, un terrain encore inexploré) ;
- de **s'appuyer sur les recommandations des chercheurs** : dans de nombreux articles, les auteurs suggèrent des pistes de recherche future. Ces indications constituent une excellente base pour formuler un sujet pertinent scientifiquement ;
- de **vérifier l'originalité** : il est important de s'assurer que le sujet n'a pas déjà été traité récemment dans les mêmes conditions, pour éviter la redondance.

Un bon sujet de mémoire doit être **triple-pertinent** : pour l'étudiant (motivation), pour l'établissement (cohérence académique), et pour l'entreprise ou le terrain d'étude (utilité pratique). En parallèle, il doit aussi présenter une **pertinence scientifique**, en apportant une contribution nouvelle, même limitée, au savoir existant.

h. La pertinence pratique et sociale du sujet

En plus de sa dimension académique et scientifique, un mémoire doit idéalement présenter une **utilité concrète** pour la société ou pour une organisation donnée. On parle alors de pertinence pratique ou sociale.

Cela signifie que les résultats de la recherche doivent avoir une **valeur ajoutée** :

- en proposant des recommandations utiles à un secteur d'activité ;
- en suggérant des améliorations dans les processus ou les pratiques d'une organisation ;
- ou encore en contribuant à une meilleure compréhension d'un phénomène social.

Exemple : Une étude sur *l'effet d'un nouveau procédé technologique (X) sur la performance d'un service (Y)* peut avoir des retombées directes pour *l'entreprise Z*. Grâce aux résultats obtenus, des changements concrets peuvent être mis en place, améliorant l'efficacité, réduisant les coûts ou augmentant la productivité.

Ainsi, un sujet de mémoire pertinent sur le plan pratique/social ne se limite pas à une réflexion théorique : il débouche sur des **actions ou recommandations applicables**, bénéfiques pour une communauté, un secteur ou une organisation.

2. Construire une problématique claire et pertinente

La problématique est le **cœur intellectuel** de votre mémoire. C'est elle qui transforme un thème général en une question de recherche précise, contextualisée et justifiée.

Pour construire une problématique pertinente, l'étudiant doit suivre un cheminement en trois temps : **identifier un problème général**, **se documenter pour en comprendre les enjeux**, puis **formuler clairement la problématique**. Cette étape est décisive, car elle donne un cap précis au mémoire et délimite l'objet d'étude.

a. Identifier le domaine d'un problème général

Avant de formuler une problématique, il est nécessaire de repérer un problème qui mérite d'être étudié.

Selon le domaine de recherche, ce problème peut être :

- **théorique**, lorsqu'il s'agit de clarifier un concept, de tester une hypothèse ou de combler un manque dans la littérature scientifique ;
- **pratique**, lorsqu'il est directement lié à une réalité de terrain (organisation, société, secteur professionnel, etc.) et qu'il cherche à expliquer ou améliorer une situation existante.

b. Se renseigner sur le problème pour définir la problématique

Une fois le problème général identifié, il est nécessaire de l'explorer davantage pour en cerner les contours. Cela implique :

- de consulter des **sources d'information fiables et variées** (articles scientifiques, ouvrages spécialisés, rapports institutionnels, études de cas) ;
- de **rencontrer des experts ou des praticiens** afin de recueillir leurs points de vue et d'affiner la compréhension du problème ;
- de se poser une série de **questions directrices**, telles que :
    - Pourquoi ce problème existe-t-il ?
    - Quelles en sont les causes principales ?
    - Quelles conséquences engendre-t-il ?
    - Comment d'autres chercheurs ou praticiens l'ont-ils déjà abordé ?

Ce travail d'exploration permet à l'étudiant de passer d'un problème général à une **question de recherche précise**, adaptée aux limites de temps et de moyens d'un mémoire de fin d'études.

2.1. Rôle de la problématique

- **Orienter la recherche** : elle guide le choix des méthodes et des sources.
- **Donner du sens** : elle justifie pourquoi le sujet mérite d'être étudié.
- **Structurer le mémoire** : elle sert de fil conducteur pour la rédaction.

2.2. Méthode pour formuler la problématique

1. **Observation** : repérer un problème ou une situation qui interpelle.
2. **Documentation** : analyser ce qui a déjà été écrit sur le sujet.
3. **Ciblage** : réduire le champ à un aspect précis, réaliste à traiter.
4. **Formulation** : rédiger une question claire, en lien direct avec le sujet et les objectifs.

Pour construire une problématique pertinente, l'étudiant chercheur doit passer par trois étapes essentielles : **identifier le domaine d'un problème général**, **se documenter pour mieux le cerner**, puis **rédiger une formulation claire et justifiée**.

a. Identifier le domaine d'un problème général

Avant de rédiger la problématique, il faut d'abord repérer un **problème concret ou théorique** sur lequel on souhaite travailler.
Selon le domaine d'études, ce problème peut :

- être **pratique**, lorsqu'il s'agit d'une situation observable sur le terrain (par exemple un dysfonctionnement organisationnel, une difficulté pédagogique, un enjeu économique ou social) ;
- ou être **théorique**, lorsqu'il s'agit de questionner un concept, un modèle, ou une hypothèse issue des recherches existantes.

Identifier un problème, c'est chercher à comprendre **pourquoi** une situation donnée existe, **comment** elle se manifeste et **quelles conséquences** elle produit. Cette étape permet à l'étudiant de poser les bases de sa réflexion et d'ancrer sa recherche dans une réalité précise.

b. Se renseigner sur le problème pour définir la problématique

Une fois le problème repéré, l'étudiant doit s'informer pour en comprendre les causes, les implications et les solutions déjà envisagées. Ce travail de documentation s'appuie sur :

- la consultation de **sources scientifiques récentes** (articles, rapports, ouvrages spécialisés) ;
- et des **échanges avec des personnes expérimentées** (enseignants, professionnels, experts du domaine).

Pendant cette phase exploratoire, il est utile de garder en tête plusieurs catégories de questions:

Questions relatives au contexte :

- Qui rencontre ce problème ?
- Où et quand ce problème est-il apparu ?
- Quelles sont ses origines ? (dérive d'une situation antérieure, changement de politique, évolution d'un comportement, etc.)

Questions relatives à l'arrière-plan :

- Que sait-on déjà à ce sujet ?
- Qu'en disent les chercheurs et les praticiens ?
- Quelles solutions ont déjà été proposées, et avec quels résultats ?
- Certaines causes ou dimensions du problème ont-elles été négligées ?

Questions relatives à la spécificité du chercheur :

- Quelle partie du problème allez-vous étudier précisément ?
- Quelles dimensions excluez-vous volontairement de votre mémoire ?

Questions relatives à la pertinence :

- Pourquoi est-il important de traiter ce problème aujourd'hui ?
- Quelles seraient les conséquences si rien n'était fait ?
- Qui, dans la société ou le milieu professionnel concerné, subirait ces conséquences ?

Ce questionnement aide à transformer un problème général en un **objet de recherche précis et justifié**, adapté à la portée d'un mémoire universitaire.

2.3. Rédiger la problématique

Après avoir recueilli les informations nécessaires et répondu à ces différentes questions, l'étudiant est en mesure de formuler sa problématique.

Cette étape consiste à **expliquer clairement la nature du problème**, à **justifier son intérêt scientifique et pratique**, et à **montrer la direction que prendra la recherche**.

La problématique ne se limite pas à une seule phrase : elle peut s'exprimer dans un **court paragraphe** qui expose le contexte, le questionnement central et les enjeux.

Exemple :

Malgré la croissance rapide du commerce en ligne, de nombreuses petites entreprises locales peinent encore à utiliser efficacement les plateformes numériques pour promouvoir leurs produits. Dans quelle mesure le manque de compétences digitales et de stratégies marketing adaptées freine-t-il leur développement ?

Ainsi rédigée, la problématique sert de **boussole** pour tout le travail de recherche : elle oriente la formulation des questions, la construction du cadre théorique et le choix de la méthode d'analyse.

Exemple :

- Sujet : Le commerce extérieur.
- Problématique : Comment le commerce extérieur de l'Algérie a évoluer en la période de covide 19?

2.4. Évaluer sa problématique

Une bonne problématique repose sur une réflexion approfondie à propos d'un problème clairement défini. Elle doit permettre de comprendre **ce qui pose question, dans quel contexte et pourquoi**.

L'étudiant doit donc être capable de répondre à ces interrogations :

- Quel est le problème étudié ?
- À quel moment et dans quelles circonstances ce problème se manifeste-t-il ?

Une problématique de qualité doit également :

- être **centrée sur le problème** lui-même, sans se disperser sur des éléments secondaires ;
- être **rédigée de manière explicite et claire**, afin que le lecteur comprenne immédiatement le sens de la recherche ;
- être **pertinente**, c'est-à-dire en lien avec le domaine d'étude et suffisamment importante pour justifier une exploration scientifique.

En résumé, une bonne problématique n'est ni trop vague ni trop restreinte : elle identifie un **problème réel**, pose un **questionnement précis**, et oriente toute la démarche de recherche.

2.5. Les questions de recherche

Une fois la problématique formulée, il convient de la traduire en **question centrale de recherche**, accompagnée de **sous-questions** qui en précisent les différentes dimensions.

Bien que la problématique et la question centrale soient étroitement liées, elles ne jouent pas le même rôle :

- La **problématique** énonce un **constat ou un problème** sous une forme affirmative ;
- La **question centrale** exprime le **questionnement principal** auquel le mémoire devra répondre.

Exemple :

- Problématique : *Les enseignants du primaire rencontrent encore des difficultés à intégrer les outils numériques dans leurs pratiques pédagogiques.*
- Question centrale : *Quels leviers peuvent aider les enseignants du primaire à mieux utiliser les outils numériques dans leurs cours ?*

Les caractéristiques d'une bonne question centrale

Une question centrale bien formulée se distingue par plusieurs critères essentiels :

1. **Une seule question principale** : elle doit être unique, claire et cohérente.
2. **Une continuité logique** : elle découle directement de la problématique.
3. **Une objectivité scientifique** : la question doit éviter les jugements de valeur.

⚠ Les **questions éthiques** ou **normatives** (celles qui cherchent à déterminer ce qui est « bien » ou « mal ») ne conviennent pas dans une démarche de recherche académique.

Exemple de question éthique (à éviter) :

L'entreprise X a-t-elle eu raison de licencier son personnel lors de la restructuration ?

Version neutre et scientifique :

Quelles raisons ont conduit l'entreprise X à réduire ses effectifs lors de la dernière restructuration ?

4. **Une portée exploratoire, et non une solution immédiate :**

   La recherche n'a pas pour but de résoudre un problème de manière définitive, mais de mieux le comprendre.

   Exemple de question trop orientée vers la solution :

Comment la direction des ressources humaines peut-elle éliminer totalement le retard au travail ?

Version plus équilibrée :

Quels facteurs expliquent la fréquence du retard au travail dans les services administratifs ?

5. **Une neutralité par rapport aux conseils ou pratiques :**
   Même si les résultats peuvent inspirer des recommandations, la question de recherche n'a pas vocation à prescrire des actions directement.

Exemple de question orientée vers le conseil (à éviter) :

Quelles décisions doit prendre le département marketing pour accroître les ventes ?

Version plus neutre :

Quels éléments influencent la performance des ventes dans le secteur du commerce en ligne ?

6. **Une formulation précise, évitant les "Pourquoi" trop larges :**
   Les questions commençant par "Pourquoi" ouvrent souvent sur un champ d'analyse trop vaste.

   Exemple trop large :

   Pourquoi les jeunes quittent-ils les zones rurales ?

Version plus ciblée :

Quels facteurs économiques et sociaux poussent les jeunes diplômés à migrer vers les grandes villes ?

7. **Une question ouverte, non fermée :**

Une question de recherche ne doit pas se limiter à un simple “oui” ou “non”.

Exemple de question fermée (à éviter) :

Y a-t-il une hausse du décrochage scolaire au lycée Z ?

Version ouverte et analytique :

Quels éléments contribuent à l’augmentation du décrochage scolaire au lycée Z ?

En résumé, une bonne question centrale doit être **unique, claire, objective et ouverte**. Elle ne cherche pas à trancher moralement, ni à apporter une solution définitive, mais à **comprendre, analyser et expliquer** un phénomène.

2.6. Les questions et hypothèses de recherche

- **Question centrale** : une seule, claire et directement liée à la problématique.
- **Sous-questions** : pour explorer les différentes dimensions du problème.
- **Hypothèses** : propositions de réponse provisoires, à vérifier empiriquement.

Exemple :
Problématique → *Comment améliorer la performance commerciale via les réseaux sociaux ?*
Hypothèse → *Une présence active et ciblée sur les réseaux sociaux augmente le taux de conversion des clients potentiels.*

Après avoir formulé la **question centrale** et les **sous-questions**, l’étudiant doit définir les **hypothèses de recherche**.
L’hypothèse est une **proposition de réponse provisoire** à la question posée. Elle exprime ce que le chercheur **pense trouver** à travers son étude, avant même de commencer l’enquête.

Autrement dit, il s'agit d'une **anticipation raisonnée**, fondée sur la lecture, l'observation et la réflexion.
L'hypothèse n'est pas une opinion personnelle : elle doit s'appuyer sur des **indices**, des **faits observés** ou des **travaux antérieurs**.

a. Définition et rôle des hypothèses

Les hypothèses permettent :

- de **guider la recherche** en orientant la collecte et l'analyse des données ;
- de **donner une direction claire** au travail, en évitant la dispersion ;
- et de **vérifier**, à la fin du mémoire, si les résultats confirment ou infirment ces suppositions initiales.

Une bonne hypothèse doit être **formulée de manière claire, vérifiable et cohérente** avec la problématique.

Exemple :

- Question centrale : *Quels facteurs influencent la satisfaction des clients dans les banques en ligne ?*
- Hypothèse possible : *La rapidité du service client et la simplicité de l'interface ont un effet positif sur la satisfaction des utilisateurs.*

b. Types d'hypothèses

On distingue généralement trois types d'hypothèses dans la recherche académique :

1. **Les hypothèses descriptives** Elles décrivent un phénomène ou un comportement sans nécessairement établir de lien entre deux variables.

Exemple : La majorité des étudiants préfèrent les supports de cours numériques aux manuels imprimés.

2. **Les hypothèses explicatives** Elles établissent une relation entre deux ou plusieurs variables.

Exemple : L'utilisation régulière des plateformes de formation en ligne améliore les résultats des étudiants.

3. **Les hypothèses causales** Elles supposent une relation de cause à effet entre les variables étudiées.

Exemple : L'amélioration des conditions de travail réduit le taux d'absentéisme dans les entreprises publiques.

c. Caractéristiques d'une bonne hypothèse

Une hypothèse bien formulée doit :

- être fondée sur des éléments concrets (observations, lectures, études antérieures) ;
- être formulée de manière précise et concise ;
- être testable, c'est-à-dire qu'elle peut être confirmée ou infirmée par l'analyse des données ;
- et être cohérente avec la problématique et la question centrale.

Exemples :

- Mauvaise hypothèse (trop vague) : Les médias ont un impact sur la société.
- Bonne hypothèse (plus précise et mesurable) : L'exposition fréquente aux campagnes de sensibilisation télévisées influence positivement les comportements écologiques des ménages urbains.

d. Le rôle des hypothèses dans la structure du mémoire

Les hypothèses servent de **fil conducteur** tout au long de la recherche :

- Elles orientent la **construction du cadre théorique**, car elles déterminent les concepts à mobiliser.
- Elles guident la **méthodologie**, en indiquant quels outils utiliser pour vérifier les suppositions (questionnaires, entretiens, analyses statistiques, etc.).
- Elles facilitent enfin la **discussion des résultats**, en permettant de comparer les conclusions du mémoire aux hypothèses de départ.

Ainsi, les hypothèses ne sont pas figées : elles peuvent être **confirmées**, **partiellement vérifiées** ou **infirmées** selon les résultats obtenus. Dans tous les cas, elles contribuent à donner une cohérence logique et scientifique à la recherche.

PARTIE 3 :

LE CADRE THEORIQUE

Après avoir formulé la problématique, la question centrale et les hypothèses, l'étudiant doit construire le **cadre théorique** de son mémoire.

Cette partie constitue le **socle scientifique** du travail : elle rassemble et organise les connaissances existantes autour du sujet de recherche.

Le cadre théorique sert à **comprendre, expliquer et interpréter** le phénomène étudié, à partir de références solides issues de la littérature scientifique.

Autrement dit, il ne s'agit pas d'un simple résumé d'auteurs ou d'un empilement de citations. Le cadre théorique est une **construction intellectuelle personnelle**, dans laquelle le chercheur montre qu'il sait :

- identifier les concepts clés,
- mobiliser les théories pertinentes,
- et relier ces connaissances à sa propre problématique.

1. Définition et rôle du cadre théorique

A. Définition

Le cadre théorique est la **charpente intellectuelle** du mémoire.
Il regroupe l'ensemble des travaux, notions et modèles qui permettent de comprendre le problème de recherche sous un angle scientifique.

Le cadre théorique est l'ensemble des **concepts, modèles et références scientifiques** sur lesquels repose une recherche.

Il correspond à la **structure intellectuelle** du mémoire et sert à expliquer comment le chercheur perçoit le phénomène étudié.

Autrement dit, il répond à la question :

« Sur quelles bases théoriques et scientifiques vais-je m'appuyer pour comprendre, analyser et interpréter mon sujet ? »

Il a plusieurs fonctions essentielles :

- **Définir les concepts principaux** du sujet (ex. motivation, performance, apprentissage, etc.) ;
- **Présenter les théories et modèles** qui permettent d'analyser le phénomène ;
- **Relier ces théories à la problématique et aux hypothèses** formulées ;
- **Situer le travail de l'étudiant** par rapport aux recherches déjà réalisées, en montrant ce qu'il apporte de nouveau.

➢ **Exemple concret :**

Un étudiant qui travaille sur *l'impact du télétravail sur la performance des employés* devra :

- définir les notions de **télétravail**, **performance** et **motivation** ;
- présenter des modèles tels que la **théorie de l'autodétermination** (Deci & Ryan, 1985) ou la **théorie des deux facteurs de Herzberg** ;
- et expliquer en quoi ces approches permettent d'éclairer les effets du télétravail sur le comportement des salariés.

B. Rôle et importance

Le cadre théorique joue plusieurs rôles majeurs :

1. **Clarifier les concepts utilisés** : il précise le sens des notions importantes, évitant les confusions terminologiques.
2. **Situer la recherche** dans un champ scientifique : il montre à quel courant ou école de pensée elle appartient.
3. **Orienter la réflexion** : il guide la formulation des hypothèses et le choix des outils méthodologiques.
4. **Fournir une grille d'analyse** : il permet d'interpréter les résultats empiriques.
5. **Montrer la maîtrise du sujet** : il prouve que le chercheur connaît les travaux antérieurs et sait s'en inspirer de manière critique.

➢ **Exemple :**

Pour un mémoire sur *« L'influence du télétravail sur la motivation et la productivité des employés »*, le cadre théorique pourrait mobiliser :

- La **théorie de l'autodétermination** (Deci & Ryan, 1985) pour expliquer la motivation intrinsèque et extrinsèque ;
- La **théorie des deux facteurs de Herzberg** pour comprendre les sources de satisfaction au travail ;
- Et les modèles contemporains du **management participatif** pour montrer comment la flexibilité influence la performance.

Ainsi, le cadre théorique constitue la **charpente scientifique** de l'étude : sans lui, le mémoire manquerait de profondeur et de sens analytique.

2. Les étapes de construction du cadre théorique

Construire un cadre théorique exige méthode et rigueur. Cette construction passe par plusieurs étapes interdépendantes.

a. Identifier les concepts clés

La première étape consiste à repérer les **concepts fondamentaux** liés au sujet de recherche.
Un concept est une idée ou une représentation abstraite qui aide à décrire un phénomène (ex. : apprentissage, motivation, performance, communication, stress, développement, etc.).

Pour les identifier, l'étudiant doit relire attentivement sa **problématique** et sa **question centrale** : ce sont elles qui indiquent les notions essentielles à explorer.

- **Exemples selon les domaines :**
  - En **économie** : *croissance, productivité, marché du travail, consommation, pouvoir d'achat*.
  - En **éducation** : *motivation scolaire, réussite, pédagogie active, climat de classe.*
  - En **communication** : *message, influence, réception, persuasion*.
  - En **gestion** : *leadership, performance, satisfaction, engagement organisationnel*.
  - En **sociologie** : *valeurs, culture, normes, mobilité sociale, appartenance de groupe.*

Chaque concept identifié doit être explicité et relié aux autres. Cela permettra ensuite de construire un **réseau conceptuel cohérent**.

b. Définir et comparer les concepts

Une fois les notions repérées, il faut en donner **plusieurs définitions** issues de sources scientifiques variées.
Comparer ces définitions permet de comprendre les différentes approches existantes et de choisir celle qui convient le mieux à son travail.

- **Exemple :**
  Concept : *Motivation au travail*

  - Selon **Maslow (1943)**, la motivation découle de la satisfaction progressive des besoins fondamentaux (physiologiques, sécurité, appartenance, estime, accomplissement).
  - **Herzberg (1959)** distingue, lui, les *facteurs d'hygiène* (salaire, conditions de travail) des *facteurs de motivation* (responsabilité, reconnaissance).
  - **Deci et Ryan (1985)** insistent sur la différence entre motivation intrinsèque (le plaisir de faire) et extrinsèque (les récompenses externes).

- L'étudiant choisira la ou les définitions les plus pertinentes selon sa problématique, tout en justifiant son choix.

c. Présenter les modèles et théories

Après avoir défini les concepts, il faut présenter les **théories et modèles** utilisés par les chercheurs pour expliquer les relations entre ces concepts.

Ces modèles constituent les **outils intellectuels** qui permettront d'interpréter les résultats.

- **Exemples :**

  - En **gestion** : le *modèle des cinq forces de Porter* (1980) aide à comprendre la compétitivité d'un secteur économique.
  - En **éducation** : *la théorie socio-constructiviste de Vygotski* met l'accent sur l'apprentissage par interaction sociale.

- En **psychologie** : *la théorie de l'apprentissage social* de Bandura (1977) explique que les individus apprennent par imitation.
- En **communication** : *le modèle de Shannon et Weaver* (1949) illustre le processus d'émission, de canal et de réception du message.
- En **économie** : *le modèle de Keynes* sur la demande globale ou *la théorie de l'offre* de Say.

➢ Le chercheur ne doit pas accumuler les théories sans lien, mais choisir celles qui **expliquent le phénomène étudié** et **soutiennent la logique de ses hypothèses**.

d. Relier les théories à la problématique

Chaque théorie présentée doit avoir un **rôle précis** dans la compréhension du problème posé. C'est ici que le cadre théorique devient **personnalisé** : l'étudiant doit montrer comment les concepts et modèles sélectionnés éclairent son propre sujet.

➢ **Exemple :**

Problématique : *Dans quelle mesure la qualité du leadership influence-t-elle la performance du personnel dans les hôpitaux publics ?*

Le cadre théorique pourra combiner :

- la **théorie du leadership transformationnel** (Bass, 1985) pour expliquer le rôle inspirant du leader ;
- la **théorie de la motivation de Herzberg** pour comprendre les leviers de satisfaction du personnel ;
- et des études récentes sur le management participatif dans le secteur hospitalier.

L'étudiant montre ainsi qu'il **maîtrise les liens logiques** entre théorie et pratique.

e. Organiser le cadre théorique

Un cadre théorique bien rédigé est **structuré et fluide**.

Deux méthodes principales d'organisation existent :

1. **Organisation thématique** : le contenu est regroupé par thèmes ou dimensions (ex. motivation, communication, performance).
2. **Organisation chronologique** : les théories sont présentées selon leur évolution historique, ce qui montre la progression des idées dans le temps.

➢ **Conseil pratique :**

Chaque section du cadre théorique devrait se terminer par une courte synthèse ou transition vers la suivante. Cela renforce la cohérence du texte et facilite la lecture.

3. Les composantes essentielles du cadre théorique

Un cadre théorique complet comprend généralement quatre volets :

1. **Les concepts clés** : définition, origine, classification et liens entre eux.
2. **Les théories et modèles** : présentation, comparaison, pertinence pour le sujet.
3. **Les études antérieures** : synthèse des recherches empiriques déjà menées, leurs résultats et leurs limites.
4. **La position du chercheur** : ce que son travail apporte de nouveau ou de différent.

➢ **Exemple global :**

Pour un mémoire sur *« L'impact des réseaux sociaux sur les comportements d'achat des jeunes »*, le cadre théorique inclura :

- le concept de **comportement du consommateur** ;
- la **théorie de l'influence sociale** (Cialdini, 2001) ;
- la **théorie de la consommation symbolique** (Baudrillard, 1970) ;
- et des études récentes sur le rôle des influenceurs sur Instagram ou TikTok.

4. Les qualités d'un bon cadre théorique

Un cadre théorique de qualité se distingue par plusieurs critères :

Critère	Description
Cohérence	Les éléments du cadre théorique sont en lien direct avec la problématique et les hypothèses.
Clarté	Les concepts et théories sont expliqués de façon compréhensible et structurée.
Actualisation	Les sources utilisées sont récentes et issues de travaux scientifiques crédibles.
Rigueur critique	Le chercheur ne se contente pas de décrire : il compare, discute et évalue les points de vue.
Pertinence	Le cadre théorique prépare efficacement la phase empirique.

- **Exemple comparatif :**

Concernant la motivation :

- **Maslow** (1943) présente une hiérarchie des besoins universels ;
- **Herzberg** (1959) insiste sur la distinction entre motivation et satisfaction ;
- **Deci et Ryan** (1985) mettent l'accent sur l'autonomie et la compétence.

L'analyse critique montrera laquelle de ces approches est la plus pertinente selon le contexte étudié (par exemple, une entreprise publique ou une start-up).

5. Le lien entre cadre théorique et cadre empirique

Le cadre théorique prépare directement la **recherche sur le terrain**. C'est lui qui permet de construire la **méthodologie**, les **outils de collecte de données** et la **grille d'analyse**.

Il aide à :

- définir les **variables** à étudier (ex. motivation, performance, satisfaction) ;
- choisir les **indicateurs** (taux, fréquences, comportements observables) ;
- construire les **questionnaires ou guides d'entretien** adaptés ;
- et interpréter les **résultats** en référence aux théories mobilisées.

- **Exemple:**

  Pour un mémoire sur *« La satisfaction des étudiants à l'université »*, l'étudiant peut utiliser le **modèle SERVQUAL** (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1988), qui repose sur cinq dimensions :

1. Fiabilité
2. Réactivité
3. Assurance
4. Empathie
5. Tangibilité

Ces dimensions serviront à élaborer le questionnaire et à analyser les résultats selon les attentes et perceptions des étudiants.

6. Erreurs à éviter dans la rédaction du cadre théorique

Beaucoup d'étudiants tombent dans certains pièges qu'il faut éviter :

- **Accumuler des citations** sans les analyser.
- **Mélanger des concepts non reliés** à la problématique.
- **Utiliser des sources obsolètes** ou non académiques (blogs, Wikipédia).
- **Copier sans synthétiser** : le cadre théorique doit être personnel, pas une simple compilation.
- **Oublier le lien avec les hypothèses** : le cadre théorique doit justifier la logique de la recherche.

Le cadre théorique est bien plus qu'une étape académique : c'est le **cœur intellectuel du mémoire**.

Il donne sens à la problématique, structure la réflexion, justifie les choix méthodologiques et éclaire l'interprétation des résultats.

Un cadre théorique solide prouve que le chercheur :

- comprend son domaine d'étude,
- sait relier les idées de manière critique,
- et construit une argumentation cohérente entre la théorie et la pratique.

Il prépare ainsi efficacement la suite du travail : **le cadre méthodologique**, qui précisera comment la recherche sera menée concrètement.

PARTIE 4 :

LE CADRE METHODOLOGIQUE

Le **cadre méthodologique** constitue le cœur pratique d'un travail de recherche. Il décrit la **façon dont l'étude est conduite**, les **outils employés**, les **données mobilisées** et les **étapes suivies** pour répondre à la problématique posée. En d'autres termes, c'est la « recette » scientifique qui explique **comment** le chercheur a procédé pour **comprendre, vérifier ou explorer** son sujet. Alors que le cadre théorique posait les fondements conceptuels, le cadre méthodologique expose la **démarche concrète** adoptée sur le terrain ou dans l'analyse des données.

1. La démarche méthodologique

La première étape consiste à définir la **démarche globale** adoptée. Selon l'objectif du travail, on peut choisir entre trois grandes approches : **quantitative**, **qualitative** ou **mixte**.

L'approche quantitative repose sur la mesure, les chiffres et la vérification d'hypothèses à partir de données chiffrées. Elle cherche à dégager des tendances générales.

- *Exemple* : une étude sur la satisfaction des clients d'un service public pourra utiliser un questionnaire distribué à 300 usagers pour calculer des pourcentages de satisfaction et identifier les facteurs les plus déterminants.

L'approche qualitative, elle, s'intéresse davantage à la compréhension en profondeur des phénomènes, des comportements ou des opinions. Elle s'appuie sur des entretiens, des observations ou des analyses de discours.

- *Exemple* : un chercheur souhaitant comprendre le ressenti des enseignants face à une réforme scolaire pourra mener des entretiens semi-directifs pour recueillir des témoignages détaillés.

L'approche mixte combine les deux logiques précédentes : les chiffres donnent une vue d'ensemble, tandis que les témoignages apportent du sens et de la nuance.

- *Exemple* : après un sondage sur les pratiques sportives des jeunes, le chercheur peut réaliser des entretiens pour comprendre pourquoi certains abandonnent une activité physique malgré un bon niveau d'équipement.

Le choix de la démarche dépend de la **nature du problème de recherche** : on ne mène pas une enquête sur les émotions comme on mesure un taux de réussite. Ce choix doit toujours être **justifié** de manière claire.

2. Le type de recherche

Une recherche peut être **exploratoire**, **descriptive** ou **explicative** :

- La **recherche exploratoire** vise à découvrir un phénomène encore peu étudié, sans hypothèse précise au départ.
    - Exemple : explorer les usages émergents de l'intelligence artificielle chez les lycéens.
- La **recherche descriptive** cherche à dresser un portrait fidèle d'une réalité observée.
    - *Exemple* : décrire les pratiques numériques des étudiants à l'université.
- La **recherche explicative**, enfin, cherche à comprendre les **relations de cause à effet**.
    - Exemple : expliquer comment le niveau de motivation influence la réussite académique.

3. Le terrain et la population étudiée

Le **terrain de recherche** correspond à l'espace où s'effectue la collecte de données : il peut s'agir d'une école, d'un hôpital, d'un quartier, d'une entreprise ou même d'un environnement virtuel (réseaux sociaux, forums en ligne, etc.).

La **population étudiée** désigne l'ensemble des personnes concernées par l'étude. Elle doit être clairement définie selon des **critères précis** : âge, fonction, lieu, expérience, etc.

- *Exemple concret* : dans une étude sur la motivation scolaire, la population peut être constituée des élèves de 3e d'un collège public.

  Comme il est rarement possible d'interroger tout le monde, le chercheur choisit un **échantillon** représentatif de cette population, selon une méthode aléatoire (hasard) ou raisonnée (critères spécifiques).

- **Comparaison** : un échantillon aléatoire garantit la neutralité, tandis qu'un échantillon raisonné permet de cibler les cas les plus pertinents.

4. Les techniques et outils de collecte des données

Les **outils de collecte** varient selon la démarche adoptée :

- En **quantitatif**, on utilise souvent :
  - des **questionnaires** (en ligne, papier, téléphonique),
  - des **bases de données statistiques**,
  - ou des **expérimentations contrôlées**.
  - Exemple : un questionnaire sur le rapport des jeunes aux réseaux sociaux avec des questions fermées (« oui / non / parfois »).
- En **qualitatif**, les outils privilégiés sont :
  - les **entretiens semi-directifs**,
  - les **observations participantes**,

- ou les **groupes de discussion (focus groups)**.
- Exemple : observer le fonctionnement d'une équipe dans un service hospitalier pour comprendre les dynamiques de communication interne.

Souvent, les chercheurs combinent plusieurs outils pour **trianguler les données**, c'est-à-dire confronter différents points de vue pour renforcer la validité des résultats.

5. Le traitement et l'analyse des données

Une fois les données recueillies, elles doivent être **traitées et analysées** avec rigueur.

- En **quantitatif**, cela passe par :
  - la **saisie informatique** (souvent sous Excel ou SPSS),
  - des **calculs statistiques** (fréquences, corrélations, régressions, etc.),
  - et la **présentation graphique** des résultats.

  - Exemple : présenter sous forme de diagramme la répartition des réponses à une question de sondage.

- En **qualitatif**, l'analyse consiste à **identifier des thèmes récurrents** ou des **catégories de sens**.
- Exemple : dans des entretiens, repérer les expressions qui traduisent le stress au travail et les classer selon leur origine (charge, hiérarchie, manque de reconnaissance…).

L'objectif n'est pas seulement de décrire les données, mais de **les interpréter** à la lumière du cadre théorique et de la problématique. C'est à ce stade que la recherche prend tout son sens.

6. Les limites méthodologiques

Aucune méthode n'est parfaite. Il est donc essentiel de reconnaître les **limites de la démarche adoptée** :

- taille réduite de l'échantillon,
- biais possibles dans les réponses,
- difficultés d'accès au terrain,
- subjectivité dans l'interprétation des entretiens, etc.

Reconnaître ces limites ne fragilise pas le travail : au contraire, cela montre la **lucidité et la rigueur scientifique** du chercheur.

7. Synthèse

En résumé, le cadre méthodologique constitue la **charpente opérationnelle** de toute recherche. C'est grâce à lui que la problématique peut être **mise à l'épreuve du réel**. Un bon cadre méthodologique est **cohérent** (avec les objectifs et le cadre théorique), **transparent** (dans ses choix), et **réplicable** (un autre chercheur pourrait, en théorie, suivre la même démarche).

La méthodologie, loin d'être un simple formalisme, est ce qui garantit la **crédibilité des résultats** et la **valeur scientifique** de toute étude.

PARTIE 5 :

PRESENTATION ET ANALYSE DES RESULTATS

La **présentation et l'analyse des résultats** constituent l'aboutissement de tout le travail de recherche. C'est à ce stade que les données recueillies sur le terrain prennent sens. L'objectif n'est pas seulement de décrire ce que l'on a observé, mais surtout de **comprendre, d'expliquer et d'interpréter** les résultats en lien direct avec la **problématique et les hypothèses** formulées au départ.

Autrement dit, cette partie répond à la question *:*

➡ Qu'avons-nous découvert à partir de la méthodologie mise en œuvre ?

1. L'organisation des résultats

Les résultats doivent être présentés de manière **structurée et logique**.

Deux options principales s'offrent au chercheur :

1. Une **présentation thématique**, où les résultats sont organisés selon les grands axes d'analyse (ex. : satisfaction client, qualité du service, fidélisation, etc.).
2. Une **présentation par hypothèse**, où chaque résultat vient confirmer ou infirmer une hypothèse initiale.

➢ Exemple (tourisme) :

Dans une étude sur la satisfaction des touristes dans les hôtels du littoral algérien, les résultats peuvent être organisés selon trois axes :

- la qualité de l'accueil,
- les services proposés,
- et la perception du rapport qualité/prix.

Chaque axe donnera lieu à une description, une analyse et une interprétation.

2. La présentation descriptive des données

La première étape consiste à **décrire les données** de manière claire et objective. Cela peut se faire à travers :

- des **tableaux statistiques**,
- des **graphiques** (diagrammes, histogrammes, camemberts),
- ou des **citations extraites d'entretiens** (dans le cas d'une approche qualitative).

➢ Exemple *(hôtellerie)*:

Sur un échantillon de 200 clients interrogés dans différents hôtels de la région d'Oran :

- 65 % se disent satisfaits de la propreté des chambres,
- 58 % apprécient la qualité du petit-déjeuner,
- mais seulement 40 % estiment que le rapport qualité/prix est « bon ».

Ces premiers chiffres permettent déjà de repérer les points forts et les faiblesses du service hôtelier.

- Exemple *(qualitatif)* :

  Lors d'entretiens menés avec des responsables d'agences de voyages, plusieurs soulignent :

« Les clients nationaux recherchent aujourd'hui des séjours plus authentiques, avec une expérience locale et humaine. »

Ces témoignages complètent les données statistiques en donnant une dimension plus humaine aux résultats.

3. L'analyse et l'interprétation

L'analyse va plus loin que la simple description. Il s'agit d'**expliquer les résultats**, de **mettre en relation les données** et de **tirer des enseignements**.

Elle doit toujours se référer à la **problématique** et au **cadre théorique**.

- *Exemple :*

  Si l'étude portait sur la fidélisation des clients dans les hôtels 3 étoiles, on peut observer que :

- la **qualité du service** et la **disponibilité du personnel** influencent fortement la fidélisation,
- alors que le **prix** n'est pas toujours le facteur déterminant.

Cette conclusion peut être mise en perspective avec les théories sur la **satisfaction et la loyauté client** (par exemple, le modèle de Parasuraman, Zeithaml & Berry sur la qualité de service — modèle SERVQUAL).

- ***Comparaison :***

- Dans les grands hôtels urbains, la fidélité repose souvent sur la **cohérence du service** et la **personnalisation de l'accueil**.
- Tandis que dans les établissements touristiques ruraux, ce sont plutôt **l'authenticité** et le **contact humain** qui favorisent le retour des visiteurs.

4. Validation ou infirmation des hypothèses

Cette étape consiste à confronter les **résultats obtenus** aux **hypothèses de départ**.

- Exemple concret *:*

Hypothèse 1 : « La qualité de l'accueil influence positivement la satisfaction du client. »
➜ Les résultats montrent que 78 % des clients jugent l'accueil comme un facteur décisif dans leur expérience.

☑ Hypothèse confirmée.

Hypothèse 2 : « Le prix est le principal critère de choix d'un hôtel. »

➜ Les données révèlent que les clients accordent davantage d'importance à la propreté et à la convivialité qu'au prix.

✕ Hypothèse infirmée.

Cette étape montre la **cohérence scientifique** du raisonnement : elle prouve que les conclusions reposent sur des faits, non sur des opinions.

5. Les comparaisons et tendances

Pour enrichir l'analyse, il est souvent utile de **comparer les résultats** avec d'autres études ou contextes similaires.

- Exemple *comparatif :*

Une enquête réalisée en 2022 dans des hôtels tunisiens a révélé que **la formation du personnel** était le facteur principal de satisfaction.
Dans le cas des hôtels algériens, la présente étude montre plutôt que **la modernisation des infrastructures** (connexion Wi-Fi, confort, design) joue un rôle plus important.

Ces différences s'expliquent par des contextes économiques et culturels distincts, mais elles offrent des **pistes d'amélioration** pour les gestionnaires.

6. Discussion des résultats

La **discussion** est une étape interprétative : elle cherche à **relier les résultats à la littérature scientifique** et à **mettre en évidence leur portée**.
C'est aussi le moment de reconnaître les **limites** de la recherche.

- Exemple *(tourisme durable)* :

Les résultats montrent que la majorité des touristes interrogés se disent sensibles à l'environnement, mais peu sont prêts à payer plus cher pour un hôtel éco-certifié. Cela met en lumière un **écart entre les intentions déclarées et les comportements réels** — phénomène souvent observé dans la littérature sur le développement durable (on parle du « green gap »).

Cette discussion permet d'ouvrir la réflexion vers des actions concrètes : campagnes de sensibilisation, valorisation des labels verts, ou formation du personnel à la communication environnementale.

7. Limites et perspectives

Toute recherche comporte des **limites méthodologiques ou pratiques** :

- échantillon restreint,
- période d'enquête limitée (hors saison touristique),
- ou difficultés à obtenir certaines informations confidentielles (taux d'occupation, politique tarifaire, etc.).

Mais ces limites ouvrent souvent des **pistes pour des recherches futures**.
Par exemple :
➡ approfondir l'étude sur la fidélisation en comparant hôtels urbains et resorts côtiers,
➡ou analyser l'impact des plateformes numériques (Booking, TripAdvisor) sur la perception de la qualité de service.

8. Synthèse générale

La présentation et l'analyse des résultats représentent **le moment décisif** du travail de recherche. C'est là que la théorie rencontre la réalité.
Dans le domaine de l'hôtellerie et du tourisme, une telle analyse permet non seulement de **comprendre le comportement des clients**, mais aussi d'aider les professionnels à **améliorer leurs pratiques** : gestion du personnel, communication, marketing, qualité du service, etc.

Ainsi, un travail méthodologiquement rigoureux et bien interprété devient **un véritable outil d'aide à la décision**, autant pour les chercheurs que pour les acteurs du terrain.

PARTIE 6 :

CONCLUSION GENERALE
ET RECOMMANDATIONS

La **conclusion générale** est l'aboutissement du processus de recherche. Elle ne se contente pas de résumer le travail réalisé : elle **met en lumière la logique globale de la démarche**, les **principaux enseignements** tirés de l'étude, ainsi que les **implications pratiques et théoriques** des résultats obtenus.

C'est également à ce moment que le chercheur propose des **recommandations concrètes**, fondées sur les analyses précédentes.

1. Rappel de la problématique et de la démarche

Toute conclusion commence par un bref **rappel du point de départ**. Dans notre exemple, la recherche portait sur la **qualité du service et la satisfaction des clients dans les établissements hôteliers** du secteur touristique.

La problématique initiale était la suivante :

Comment les pratiques de gestion du service influencent-elles la satisfaction et la fidélisation des clients dans les hôtels ?

Pour y répondre, une **démarche mixte** (quantitative et qualitative) a été adoptée :

- Un **questionnaire** distribué à des clients d'hôtels de différentes catégories (2 à 4 étoiles),
- Et des **entretiens semi-directifs** réalisés avec des gérants et du personnel hôtelier.

Cette double approche a permis de combiner la **mesure** (tendances générales) et la **compréhension** (perceptions et vécus du terrain).

2. Principaux résultats et enseignements

Les résultats de la recherche ont mis en évidence plusieurs points essentiels :

a. **La qualité de l'accueil** est perçue comme le premier facteur de satisfaction. Les clients accordent une grande importance à la **chaleur humaine**, à la **politesse** et à la **disponibilité du personnel**.

- *Exemple :* Dans les hôtels côtiers, un sourire ou une attention personnalisée compense souvent certaines lacunes matérielles (chambre modeste, équipements limités).

b. **La propreté et le confort des chambres** demeurent des critères fondamentaux. Les visiteurs tolèrent rarement les manquements dans ce domaine, surtout à l'ère des plateformes d'avis en ligne.
c. **Le rapport qualité/prix** influence la fidélité, mais de manière relative : un client peut payer plus cher s'il perçoit une **valeur ajoutée dans le service** ou dans l'expérience globale du séjour.
d. **La communication numérique** (réseaux sociaux, sites de réservation, gestion des avis) devient un levier majeur dans la réputation des établissements.

   - *Exemple :* Les hôtels qui répondent rapidement aux commentaires en ligne renforcent leur image de sérieux et de proximité.

e. Enfin, l'étude a montré que **la formation du personnel** joue un rôle central dans la qualité perçue.

   Les hôtels investissant dans le développement des compétences (langues étrangères, gestion des conflits, accueil multiculturel) obtiennent de meilleurs taux de satisfaction.

3. Interprétation globale

Ces résultats confirment les grands modèles théoriques de la satisfaction client, tels que le **modèle SERVQUAL** ou le **modèle de fidélisation de Grönroos**, qui soulignent que la qualité du service repose autant sur les **aspects tangibles** (infrastructures, confort) que sur les **aspects intangibles** (relation humaine, confiance, émotion).

Dans le contexte du tourisme algérien, ces enseignements prennent une dimension particulière :

Le secteur est en pleine expansion, mais il doit encore **consolider ses standards de qualité** pour répondre aux attentes croissantes d'une clientèle à la fois nationale et internationale.

4. Recommandations pratiques

Sur la base des résultats obtenus, plusieurs **recommandations** peuvent être formulées à l'attention des professionnels du secteur hôtelier et touristique :

a. Renforcer la formation et la motivation du personnel

- Organiser des **formations régulières** en communication interculturelle, gestion du client difficile et hospitalité.
- Valoriser les employés exemplaires pour encourager l'engagement et réduire le turnover.

Exemple *:* Un programme "Employé du mois" ou des ateliers participatifs sur le service client peuvent améliorer l'esprit d'équipe.

b. Améliorer la qualité perçue du service

- Instaurer des **standards de propreté et d'accueil homogènes** dans tous les services (réception, restauration, ménage).
- Mettre en place des **questionnaires de satisfaction à chaud** (par QR code ou tablette à la sortie).

Cela permet d'ajuster immédiatement les prestations en cas de problème signalé.

C. Développer la communication digitale

- Être **actif sur les plateformes d'avis** (TripAdvisor, Booking, Google Reviews).
- Publier régulièrement des **contenus attractifs** (photos authentiques, témoignages clients, offres saisonnières).
- Former le personnel à la **e-réputation** pour éviter les réponses inappropriées ou tardives.

d. Promouvoir le tourisme durable et responsable

- Sensibiliser les clients aux **pratiques écologiques** (réduction de la consommation d'eau, tri des déchets).
- Favoriser les **partenariats locaux** : artisans, producteurs, guides touristiques régionaux.

Exemple : Proposer des excursions écologiques ou des produits du terroir dans les buffets hôteliers.

E. Fidéliser la clientèle

- Créer des **programmes de fidélité** (réductions, points, cadeaux symboliques).
- Envoyer des **remerciements personnalisés** après le séjour, avec des offres spéciales pour le prochain passage.
- Utiliser les **données clients** (avec leur accord) pour adapter les promotions selon leurs préférences.

5. Limites de la recherche

Toute recherche, même bien menée, comporte des **limites**.
Dans ce cas précis, on peut citer :

- la taille de l'échantillon, qui reste limitée à certaines régions côtières,
- la période d'enquête (basse saison touristique),
- et la difficulté d'obtenir des réponses complètes de la part du personnel hôtelier, parfois réticent à parler de leurs conditions de travail.

Ces limites ne remettent pas en cause la valeur des résultats, mais invitent à la prudence dans leur généralisation. Elles ouvrent aussi la voie à de **nouvelles pistes d'étude**.

6. Perspectives de recherche

Plusieurs prolongements sont possibles :

- Étendre l'enquête à d'autres zones touristiques (Sahara, hauts plateaux, Kabylie) pour comparer les pratiques selon les contextes culturels et géographiques.

- Analyser l'impact des **nouvelles technologies** (applications mobiles, check-in automatique, IA conversationnelle) sur la satisfaction client.
- Explorer le **rôle des femmes dans la gestion hôtelière** et leur contribution à la qualité du service.
- Étudier les **effets post-COVID** sur la perception de la sécurité sanitaire et la confiance des voyageurs.

7. Conclusion finale

En conclusion, cette recherche a permis de démontrer que la satisfaction et la fidélisation des clients dans le secteur de l'hôtellerie et du tourisme dépendent avant tout de la **qualité de la relation humaine** et de la **cohérence du service rendu**.
Les hôtels qui réussissent à allier **accueil chaleureux, professionnalisme, propreté et communication efficace** construisent une image solide et durable.

Sur le plan théorique, cette étude confirme l'importance d'une approche **centrée sur le client** dans la gestion hôtelière.
Sur le plan pratique, elle offre des pistes d'action concrètes pour améliorer la performance du secteur touristique, pilier essentiel du développement économique et culturel du pays.

Le véritable enjeu, aujourd'hui, est de transformer chaque séjour en **expérience mémorable**, où le visiteur se sent reconnu, respecté et désireux de revenir.
C'est là que se joue la réussite durable de toute destination touristique.

PARTIE 7 :

CONCLUSION GENERALE
ET RECOMMANDATIONS

La **conclusion générale** est l'aboutissement du processus de recherche. Elle ne se contente pas de résumer le travail réalisé : elle **met en lumière la logique globale de la démarche**, les **principaux enseignements** tirés de l'étude, ainsi que les **implications pratiques et théoriques** des résultats obtenus.

C'est également à ce moment que le chercheur propose des **recommandations concrètes**, fondées sur les analyses précédentes.

1. Rappel de la problématique et de la démarche

Toute conclusion commence par un bref **rappel du point de départ**. Dans notre exemple, la recherche portait sur la **qualité du service et la satisfaction des clients dans les établissements hôteliers** du secteur touristique.

La problématique initiale était la suivante :

Comment les pratiques de gestion du service influencent-elles la satisfaction et la fidélisation des clients dans les hôtels ?

Pour y répondre, une **démarche mixte** (quantitative et qualitative) a été adoptée :

- Un **questionnaire** distribué à des clients d'hôtels de différentes catégories (2 à 4 étoiles),
- Et des **entretiens semi-directifs** réalisés avec des gérants et du personnel hôtelier.

Cette double approche a permis de combiner la **mesure** (tendances générales) et la **compréhension** (perceptions et vécus du terrain).

2. Principaux résultats et enseignements

Les résultats de la recherche ont mis en évidence plusieurs points essentiels :

a. **La qualité de l'accueil** est perçue comme le premier facteur de satisfaction. Les clients accordent une grande importance à la **chaleur humaine**, à la **politesse** et à la **disponibilité du personnel**.

Exemple : Dans les hôtels côtiers, un sourire ou une attention personnalisée compense souvent certaines lacunes matérielles (chambre modeste, équipements limités).

b. **La propreté et le confort des chambres** demeurent des critères fondamentaux. Les visiteurs tolèrent rarement les manquements dans ce domaine, surtout à l'ère des plateformes d'avis en ligne.
c. **Le rapport qualité/prix** influence la fidélité, mais de manière relative : un client peut payer plus cher s'il perçoit une **valeur ajoutée dans le service** ou dans l'expérience globale du séjour.
d. **La communication numérique** (réseaux sociaux, sites de réservation, gestion des avis) devient un levier majeur dans la réputation des établissements.

   Exemple : Les hôtels qui répondent rapidement aux commentaires en ligne renforcent leur image de sérieux et de proximité.

e. Enfin, l'étude a montré que **la formation du personnel** joue un rôle central dans la qualité perçue.

   Les hôtels investissant dans le développement des compétences (langues étrangères, gestion des conflits, accueil multiculturel) obtiennent de meilleurs taux de satisfaction.

3. Interprétation globale

Ces résultats confirment les grands modèles théoriques de la satisfaction client, tels que le **modèle SERVQUAL** ou le **modèle de fidélisation de Grönroos**, qui soulignent que la qualité du service repose autant sur les **aspects tangibles** (infrastructures, confort) que sur les **aspects intangibles** (relation humaine, confiance, émotion).

Dans le contexte du tourisme algérien, ces enseignements prennent une dimension particulière :

Le secteur est en pleine expansion, mais il doit encore **consolider ses standards de qualité** pour répondre aux attentes croissantes d'une clientèle à la fois nationale et internationale.

4. Recommandations pratiques

Sur la base des résultats obtenus, plusieurs **recommandations** peuvent être formulées à l'attention des professionnels du secteur hôtelier et touristique :

a. Renforcer la formation et la motivation du personnel

- Organiser des **formations régulières** en communication interculturelle, gestion du client difficile et hospitalité.
- Valoriser les employés exemplaires pour encourager l'engagement et réduire le turnover.

Exemple : Un programme "Employé du mois" ou des ateliers participatifs sur le service client peuvent améliorer l'esprit d'équipe.

b. Améliorer la qualité perçue du service

- Instaurer des **standards de propreté et d'accueil homogènes** dans tous les services (réception, restauration, ménage).
- Mettre en place des **questionnaires de satisfaction à chaud** (par QR code ou tablette à la sortie).

Cela permet d'ajuster immédiatement les prestations en cas de problème signalé.

C. Développer la communication digitale

- Être **actif sur les plateformes d'avis** (TripAdvisor, Booking, Google Reviews).
- Publier régulièrement des **contenus attractifs** (photos authentiques, témoignages clients, offres saisonnières).
- Former le personnel à la **e-réputation** pour éviter les réponses inappropriées ou tardives.

d. Promouvoir le tourisme durable et responsable

- Sensibiliser les clients aux **pratiques écologiques** (réduction de la consommation d'eau, tri des déchets).
- Favoriser les **partenariats locaux** : artisans, producteurs, guides touristiques régionaux.

Exemple : Proposer des excursions écologiques ou des produits du terroir dans les buffets hôteliers.

e. Fidéliser la clientèle

- Créer des **programmes de fidélité** (réductions, points, cadeaux symboliques).
- Envoyer des **remerciements personnalisés** après le séjour, avec des offres spéciales pour le prochain passage.
- Utiliser les **données clients** (avec leur accord) pour adapter les promotions selon leurs préférences.

5. Limites de la recherche

Toute recherche, même bien menée, comporte des **limites**.

Dans ce cas précis, on peut citer :

- la taille de l'échantillon, qui reste limitée à certaines régions côtières,
- la période d'enquête (basse saison touristique),
- et la difficulté d'obtenir des réponses complètes de la part du personnel hôtelier, parfois réticent à parler de leurs conditions de travail.

Ces limites ne remettent pas en cause la valeur des résultats, mais invitent à la prudence dans leur généralisation. Elles ouvrent aussi la voie à de **nouvelles pistes d'étude**.

6. Perspectives de recherche

Plusieurs prolongements sont possibles :

- Étendre l'enquête à d'autres zones touristiques (Sahara, hauts plateaux, Kabylie) pour comparer les pratiques selon les contextes culturels et géographiques.
- Analyser l'impact des **nouvelles technologies** (applications mobiles, check-in automatique, IA conversationnelle) sur la satisfaction client.

- Explorer le **rôle des femmes dans la gestion hôtelière** et leur contribution à la qualité du service.
- Étudier les **effets post-COVID** sur la perception de la sécurité sanitaire et la confiance des voyageurs.

7. Conclusion finale

En conclusion, cette recherche a permis de démontrer que la satisfaction et la fidélisation des clients dans le secteur de l'hôtellerie et du tourisme dépendent avant tout de la **qualité de la relation humaine** et de la **cohérence du service rendu**.

Les hôtels qui réussissent à allier **accueil chaleureux, professionnalisme, propreté et communication efficace** construisent une image solide et durable.

Sur le plan théorique, cette étude confirme l'importance d'une approche **centrée sur le client** dans la gestion hôtelière.

Sur le plan pratique, elle offre des pistes d'action concrètes pour améliorer la performance du secteur touristique, pilier essentiel du développement économique et culturel du pays.

Le véritable enjeu, aujourd'hui, est de transformer chaque séjour en **expérience mémorable**, où le visiteur se sent reconnu, respecté et désireux de revenir. C'est là que se joue la réussite durable de toute destination touristique.

PARTIE 8 :

LES ANNEXES

Les **annexes** constituent la partie finale du travail de recherche. Elles rassemblent l'ensemble des **documents complémentaires** utilisés ou produits durant l'étude, sans surcharger le corps principal du texte.

Elles permettent au lecteur, à l'enseignant ou à l'évaluateur de **vérifier la rigueur du travail**, de **mieux comprendre la méthodologie** et, si nécessaire, de **reproduire ou approfondir l'enquête**.

L'annexe n'est pas une simple « addition » : elle fait partie intégrante du travail scientifique, puisqu'elle garantit sa **transparence** et sa **traçabilité**.

1. Rôle et utilité des annexes

Les annexes servent à :

- appuyer la **crédibilité du travail** (en montrant les outils réels utilisés),
- détailler certains **éléments techniques ou statistiques**,
- présenter des **exemples concrets de documents**,
- et offrir au lecteur un accès à la **matière brute** qui a servi à construire l'analyse.

Ainsi, un lecteur qui souhaite approfondir ou reproduire la recherche pourra retrouver toutes les informations nécessaires.

Exemple (hôtellerie et tourisme) : Dans une étude sur la satisfaction des touristes, les annexes peuvent contenir :

- le **questionnaire** distribué aux clients,
- la **grille d'entretien** utilisée pour interroger les gérants d'hôtels,
- des **tableaux statistiques détaillés**,
- ou encore des **photos du terrain** (ex. : réception, espaces communs, activités touristiques locales).

2. Exemple d'organisation des annexes

Les annexes doivent être **numérotées** et **intitulées clairement**, dans l'ordre de leur apparition ou de leur utilisation dans le mémoire.

Chaque document doit être **introduit par un titre** et, si nécessaire, **une brève explication**.

Annexe 1 : Exemple de questionnaire distribué aux clients

Titre de l'étude : Satisfaction et fidélisation de la clientèle dans les hôtels du littoral algérien.

Objectif : recueillir l'avis des clients sur les services offerts par leur hôtel (accueil, confort, restauration, rapport qualité/prix).

Extrait du questionnaire :

1. Quel est le principal motif de votre séjour ?
   ☐ Loisirs ☐ Affaires ☐ Autre (préciser) : ……
2. Comment évaluez-vous la qualité de l'accueil à votre arrivée ?
   ☐ Très satisfaisante ☐ Satisfaisante ☐ Moyenne ☐ Insatisfaisante
3. Le personnel a-t-il été disponible et attentif à vos demandes ?
   ☐ Oui ☐ Partiellement ☐ Non
4. Comment jugez-vous la propreté et le confort de votre chambre ?
   ☐ Excellent ☐ Bon ☐ Moyen ☐ Faible
5. Recommanderiez-vous cet hôtel à d'autres voyageurs ?
   ☐ Oui, certainement ☐ Peut-être ☐ Non

❖ *Remarque :* Les réponses à ce questionnaire ont servi à établir les statistiques sur la satisfaction globale et à valider les hypothèses de recherche.

Annexe 2 : Grille d'entretien auprès du personnel hôtelier

Objectif : comprendre la perception du personnel sur les attentes des clients et les difficultés du service.

Exemples de questions posées :

- Comment décririez-vous le profil type de vos clients ?
- Quelles sont, selon vous, les principales attentes des touristes ?
- Quels obstacles rencontrez-vous pour maintenir une qualité de service constante ?
- Comment l'établissement gère-t-il les réclamations des clients ?
- Quelles améliorations proposeriez-vous pour renforcer la fidélité de la clientèle ?

❖ *Remarque :* Les réponses ont été anonymisées pour respecter la confidentialité du personnel.

Annexe 3 : Tableau récapitulatif des données statistiques

Critère évalué	Taux de satisfaction (%)	Observations principales
Propreté des chambres	**65 %**	Bon niveau global, mais écarts selon les hôtels.
Qualité de l'accueil	**78 %**	Très apprécié, surtout dans les hôtels familiaux.
Rapport qualité/prix	**40 %**	Jugé insuffisant par les touristes étrangers.
Restauration	**55 %**	Qualité correcte mais manque de variété locale.
Accès internet / Wi-Fi	**38 %**	Principal point faible identifié.

❖ *Remarque :* Ce tableau a servi de base pour les graphiques présentés dans la partie analyse des résultats.

Annexe 4 : Exemples de verbatim (extraits d'entretiens)

« Les clients étrangers apprécient beaucoup la gentillesse du personnel, mais ils trouvent parfois les services un peu lents. » *(Réceptionniste, hôtel 3 étoiles, Oran)*

« Les touristes nationaux veulent surtout un bon accueil et des prix raisonnables. Le confort passe après. » *(Responsable de la restauration, hôtel 2 étoiles, Mostaganem)*

« Beaucoup de voyageurs reviennent s'ils sentent une ambiance familiale, même sans luxe particulier. » *(Gérant, hôtel 4 étoiles, Tlemcen)*

- *Remarque :* Ces extraits ont permis d'illustrer les dimensions humaines et émotionnelles de la satisfaction client.

Annexe 5 : Photographies du terrain (si pertinent)

On peut insérer quelques images légendées pour documenter le travail de terrain :

- Réception d'hôtel, salle de restauration, espaces touristiques environnants.
- Exemples d'affiches, de brochures, ou de supports promotionnels utilisés pour la communication.

- *Remarque :* Les images doivent être légendées et libres de droits, ou utilisées avec autorisation écrite de l'établissement.

Annexe 6 : Exemple de guide d'observation

Objectif : évaluer la cohérence du service sur le terrain.

Critères observés :

- Accueil à la réception (temps d'attente, sourire, politesse).
- Propreté des espaces communs.
- Rapidité du service en restauration.
- Réactivité du personnel face aux demandes.
- Présence d'informations touristiques (brochures, plans, activités).

❖ *Remarque :* Ce guide a servi à uniformiser les observations effectuées dans différents établissements.

3. Conseils de présentation des annexes

Pour garantir la clarté et la cohérence du mémoire :

- Chaque annexe doit être **numérotée** (Annexe 1, Annexe 2, etc.).
- Le titre doit être **explicite** (par ex. : *Questionnaire de satisfaction, Tableau des données brutes*).
- Le **renvoi à chaque annexe** doit être fait dans le texte principal (ex. : « voir Annexe 3 »).
- Les annexes doivent être placées **après la bibliographie**.
- Enfin, elles doivent être **lisibles, aérées et correctement mises en page** (police identique, marges régulières, titres en gras).

4. Synthèse

Les annexes donnent une **valeur ajoutée essentielle** au travail de recherche. Elles permettent de :

- prouver la **fiabilité de la méthode**,
- illustrer la **richesse des données collectées**,
- et offrir une **transparence totale** dans la présentation des résultats.

Dans un mémoire sur l'hôtellerie et le tourisme, elles constituent la preuve concrète de l'ancrage de l'étude dans la **réalité du terrain** : les questionnaires, entretiens et observations y prennent tout leur sens.

Conclusion

La recherche scientifique, loin d'être un exercice purement théorique, constitue une **démarche vivante, structurée et créatrice de savoirs**. Tout au long de ce polycopié, nous avons parcouru les principales étapes qui conduisent un étudiant ou un chercheur à concevoir, construire, réaliser et valoriser un travail de recherche solide, rigoureux et pertinent.

La première étape consistait à **comprendre la nature même de la recherche** : une quête méthodique de réponses face à un problème clairement défini.

Dans un monde en constante mutation – particulièrement dans le domaine du **tourisme et de l'hôtellerie**, où les attentes des consommateurs évoluent rapidement – la recherche offre un moyen d'**analyser les tendances**, d'**anticiper les besoins** et de **proposer des solutions adaptées** aux réalités du terrain.

La **problématique**, point de départ de toute étude, a été présentée comme le cœur du raisonnement scientifique.

C'est elle qui oriente la réflexion, justifie la démarche et donne du sens à l'ensemble du travail. Formuler une bonne problématique revient à poser la bonne question : *que veut-on comprendre ? pourquoi et pour qui ?*

Dans le contexte hôtelier, cela peut signifier s'interroger sur la satisfaction des clients, la fidélisation, la qualité du service, ou encore l'impact des nouvelles technologies sur l'expérience touristique.

Le **cadre théorique**, quant à lui, apporte la structure intellectuelle qui soutient la recherche.
Il s'agit de s'appuyer sur les travaux antérieurs, les modèles et les concepts existants, afin de situer son étude dans un champ scientifique reconnu.

Dans le cas du tourisme, cela implique par exemple de mobiliser des modèles comme **SERVQUAL** (qualité perçue du service) ou **le modèle de la fidélisation de Grönroos**, permettant de comprendre les mécanismes de satisfaction et de loyauté du client.

Le **cadre méthodologique** transforme ensuite la réflexion en **action de recherche concrète**.

C'est à travers la méthodologie que l'on passe de l'idée à la réalité, de la théorie à l'observation.
Le choix des outils (questionnaires, entretiens, observations) et des démarches (quantitative, qualitative ou mixte) doit toujours être cohérent avec les objectifs fixés.

Dans les études appliquées à l'hôtellerie, cette étape permet de recueillir des données tangibles auprès des clients, du personnel ou des gestionnaires, pour analyser leurs perceptions et leurs comportements.

L'**analyse des résultats** représente la phase d'interprétation et de mise en lumière : les chiffres, les témoignages ou les observations n'ont de valeur que s'ils sont reliés à la problématique et au cadre théorique.

C'est à ce moment que le chercheur dégage des **enseignements concrets**, propose des **explications** et peut éventuellement **valider ou infirmer** ses hypothèses.

Dans le secteur touristique, ces résultats peuvent orienter les politiques de gestion, améliorer la qualité des services ou guider des stratégies de marketing territorial.

La **conclusion générale et les recommandations** complètent le cycle de la recherche en ouvrant la réflexion vers l'action.

Les propositions formulées ne sont pas des opinions, mais des pistes construites à partir de faits analysés et vérifiés. Elles contribuent à renforcer la **professionnalisation du secteur hôtelier**, en favorisant des pratiques plus efficaces, plus humaines et plus durables.

Enfin, les **annexes et la bibliographie** viennent garantir la transparence et la crédibilité du travail. Elles permettent à tout lecteur de comprendre la démarche suivie, de vérifier les outils utilisés et de situer la recherche dans un contexte scientifique solide.

Au-delà de la dimension académique, la méthodologie de la recherche est avant tout une **école de rigueur, de réflexion critique et de créativité**.

Dans le contexte de l'hôtellerie et du tourisme, elle devient un véritable outil de **développement durable**, permettant d'améliorer les services, de valoriser les ressources locales et d'offrir aux visiteurs des expériences authentiques et de qualité.

Cher étudiant, ce polycopié n'est pas seulement un guide pour réussir un mémoire : c'est une invitation à **observer, questionner et comprendre le monde professionnel** avec un regard scientifique et curieux.

Faire de la recherche, c'est avant tout apprendre à penser autrement, à douter utilement et à bâtir des solutions fondées sur l'analyse et la preuve.

C'est cette démarche qui fera de toi, demain, non seulement un bon professionnel du tourisme et de l'hôtellerie, mais aussi un **acteur éclairé du changement**, capable de concilier performance, innovation et responsabilité.

Bibliographie

I. Ouvrages

- Bachelard, G. (1999). *La formation de l'esprit scientifique.* Paris : Vrin.
- Beaud, M. (2013). *L'art de la thèse.* Paris : La Découverte.
- Bélanger, L. & Lemoine, J.-F. (2020). *La satisfaction client : fondements et applications.* Montréal : Chenelière Éducation.
- Blanchet, A. & Gotman, A. (2015). *L'entretien : l'enquête et ses méthodes.* Paris : Armand Colin.
- Boutin, G. (2016). *La recherche qualitative : méthodes et pratiques.* Montréal : Presses de l'Université du Québec.
- Camilleri, M. A. (2018). *Tourism, Hospitality and Digital Transformation.* Cham : Springer.
- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D. & Wanhill, S. (2016). *Tourism: Principles and Practice.* Harlow : Pearson Education.
- Creswell, J. W. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches.* Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- De Ketele, J.-M. & Roegiers, X. (2016). *Méthodologie du recueil et de l'analyse de données.* Bruxelles : De Boeck.
- Duterme, B. (2018). *Le tourisme : un mal nécessaire ?* Paris : Utopia.
- Ghiglione, R. & Matalon, B. (2019). *Les enquêtes sociologiques : théories et pratiques.* Paris : Armand Colin.
- Grönroos, C. (2007). *Service Management and Marketing: Customer Management in Service Competition.* Chichester : Wiley.
- Holloway, J. C. & Humphreys, C. (2022). *The Business of Tourism.* Harlow : Pearson Education.
- Houyoux, J.-M. (2021). *Le mémoire universitaire : guide pratique de la recherche.* Bruxelles : De Boeck Supérieur.
- Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. (2016). *Marketing du tourisme et de l'hôtellerie.* Paris : Pearson.
- Lapeyre, R. (2019). *Tourisme durable : enjeux, pratiques et perspectives.* Paris : Presses Universitaires de France.

- Laws, E. (1995). *Tourism Destination Management: Issues, Analysis and Policies.* London : Routledge.
- Middleton, V. T. C. & Clarke, J. (2012). *Marketing in Travel and Tourism.* Oxford : Butterworth-Heinemann.
- Morrison, A. M. (2022). *Hospitality and Travel Marketing.* New York : Routledge.
- Mucchielli, A. (2016). *Les méthodes qualitatives.* Paris : Armand Colin.
- Pizam, A. (2010). *International Encyclopedia of Hospitality Management.* Oxford : Elsevier.
- Quivy, R. & Van Campenhoudt, L. (2017). *Manuel de recherche en sciences sociales.* Paris : Dunod.
- Rojot, J. (2015). *Méthodes et outils de la recherche en gestion.* Paris : Vuibert.
- Selltiz, C., Jahoda, M., Deutsch, M. & Cook, S. (2019). *Méthodes de recherche en sciences sociales.* Paris : Armand Colin.
- Swarbrooke, J. & Horner, S. (2007). *Consumer Behaviour in Tourism.* Oxford : Butterworth-Heinemann.
- Tissier-Desbordes, E. (2020). *Le marketing expérientiel dans le tourisme.* Paris : Economica.

II. Articles et mémoires

- Buhalis, D. & Law, R. (2008). *Progress in Information Technology and Tourism Management: 20 Years On and 10 Years After the Internet—The State of eTourism Research. Tourism Management*, 29(4), 609–623.
- Han, H. & Hyun, S. S. (2018). *Customer Retention in the Hotel Industry: The Role of Customer Satisfaction and Loyalty Programs. Journal of Hospitality & Tourism Research*, 42(8), 1241–1260.
- Kandampully, J., Zhang, T. & Jaakkola, E. (2018). *Customer Experience Management in Hospitality: A Literature Review and Research Agenda. International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(1), 21–56.
- Rahman, I. (2019). *The Role of Sustainable Practices in Enhancing Hotel Brand Image and Customer Loyalty. Sustainability*, 11(15), 4142.
- Tsang, N. K. F. & Ap, J. (2007). *Tourists' Perceptions of Hospitality: A Cross-Cultural Comparison. Tourism Management*, 28(2), 354–365.

III. Documents institutionnels

- Banque Mondiale. (2023). *Le tourisme comme levier de développement inclusif en Afrique du Nord.* Washington, D.C. : Banque Mondiale.
- Institut National de la Statistique et des Études Économiques (INSEE). (2022). *Les chiffres clés du tourisme en Méditerranée.*
- Ministère du Tourisme et de l'Artisanat (Algérie). (2024). *Stratégie nationale pour le développement du tourisme durable 2030.* Alger.
- Organisation de Coopération et de Développement Économiques (OCDE). (2024). *Perspectives du tourisme 2024 : vers une reprise durable.* Paris : OCDE.
- Organisation Mondiale du Tourisme (OMT). (2023). *Rapport mondial sur les tendances du tourisme international.* Madrid : OMT.

VI. Sources numériques et sites spécialisés

- https://www.hotelnewsnow.com – Analyses et tendances de l'industrie hôtelière.
- https://www.oecd.org/fr – OCDE, Observatoire du tourisme.
- https://www.statista.com – Données statistiques mondiales sur le tourisme et l'hôtellerie.
- https://www.tourmag.com – Actualités professionnelles du tourisme.
- https://www.unwto.org – Organisation Mondiale du Tourisme.

Table des matières

Introduction 7

1. Le mémoire de fin d'étude 11

1.1. Raisons de rédiger un mémoire de fin d'études 11

1.2. Phases de réalisation d'un mémoire de fin d'études : 12

2. La phase de préparation à la rédaction : 13

2.1. Élaboration d'un calendrier de travail : 13

Tableau n° 1. Calendrier de travail pour la rédaction d'un mémoire 14

2.3. Définir la problématique : 17

2.4. Les questions de recherche : 17

2.5. L'étude du cadre théorique : 19

2.6. Le plan de recherche : 19

2.7. Élaborer son plan général (plan de développement) 19

3. La forme et les différentes parties d'un mémoire 20

Chapitre 1 25

Chapitre 2 25

Chapitre 3 25

Exemple : mentionner une annexe dans le corps principal du mémoire. faire référence à une partie des annexes dans le texte principal 34

1. Choisir un sujet pertinent et réalisable 36

2. Construire une problématique claire et pertinente 42

2.4. Évaluer sa problématique 46

2.5. Les questions de recherche 47

2.6. Les questions et hypothèses de recherche 49

1. Définition et rôle du cadre théorique 55

B. Rôle et importance 56

2. Les étapes de construction du cadre théorique 57

a. Identifier les concepts clés 57

b. Définir et comparer les concepts 58
c. Présenter les modèles et théories 58
d. Relier les théories à la problématique 59
e. Organiser le cadre théorique 60
3. Les composantes essentielles du cadre théorique 60
4. Les qualités d'un bon cadre théorique 61
5. Le lien entre cadre théorique et cadre empirique 61
6. Erreurs à éviter dans la rédaction du cadre théorique 62
1. La démarche méthodologique 65
2. Le type de recherche 66
3. Le terrain et la population étudiée 67
4. Les techniques et outils de collecte des données 67
6. Le traitement et l'analyse des données 68
6. Les limites méthodologiques 69
7. Synthèse 69
1. L'organisation des résultats 71
2. La présentation descriptive des données 71
3. L'analyse et l'interprétation 72
4. Validation ou infirmation des hypothèses 73
5. Les comparaisons et tendances 73
6. Discussion des résultats 74
7. Limites et perspectives 74
8. Synthèse générale 75
1. Rappel de la problématique et de la démarche 77
2. Principaux résultats et enseignements 77
3. Interprétation globale 78
4. Recommandations pratiques 79
5. Limites de la recherche 80

6. Perspectives de recherche..... 80

7. Conclusion finale..... 81

1. Rappel de la problématique et de la démarche..... 83

2. Principaux résultats et enseignements..... 83

3. Interprétation globale..... 84

4. Recommandations pratiques..... 85

5. Limites de la recherche..... 86

6. Perspectives de recherche..... 86

7. Conclusion finale..... 87

1. Rôle et utilité des annexes..... 89

2. Exemple d'organisation des annexes..... 90

3. Conseils de présentation des annexes..... 93

4. Synthèse..... 93

Conclusion..... 94

Bibliographie..... 947

II. Articles et mémoires..... 98

III. Documents institutionnels..... 99

VI. Sources numériques et sites spécialisés..... 99