



Institut National Polytechnique
Félix HOUPHOUËT-BOIGNY

CANEVAS DE REDACTION DE MEMOIRE ESCAE

AVERTISSEMENT.....	I
(Voir guide)	
DEDICACE.....	II
(Voir guide)	
REMERCIEMENTS.....	III
(Voir guide)	
AVANT – PROPOS.....	IV
(Voir guide)	
LISTE DES TABLEAUX.....	V
(Voir guide)	
LISTE DES FIGURES.....	VI
(Voir guide)	
LISTE DES SIGLES ET ABREVIATIONS.....	VII
(Voir guide)	
RESUME.....	VIII
(Voir guide)	
ABSTRACT.....	IX
(Voir guide)	

INTRODUCTION GENERALE (2 à 3 pages)

- **La description du contexte général** : il s'agit de situer le sujet dans son contexte général
- **La problématique** : c'est la description du problème en faisant un état des connaissances sur le sujet et en expliquant les raisons qui ont conduit à choisir le problème et à l'étudier. La problématique doit nécessairement se terminer par une question centrale, appelée aussi question principale et des questions spécifiques.
- **Les objectifs** : il faut distinguer l'objectif général des objectifs spécifiques ou opérationnels.
- **Les hypothèses éventuelles** : (si la démarche de l'étudiant nécessite une émission d'hypothèses éventuelles)
- **La méthodologie de travail** : faire une brève description de la méthodologie (les outils de collecte et d'analyse de données)
- **L'annonce du plan** : il s'agit de présenter les grandes divisions, les différentes parties et les chapitres qui composent le document.

PREMIERE PARTIE : PRESENTATION DE LA STRUCTURE D'ACCUEIL ET CADRE THEORIQUE DE L'ETUDE

Faire une introduction de la partie, débouchant sur l'annonce des chapitres

CHAPITRE 1 : PRESENTATION DE LA STRUCTURE D'ACCUEIL (15-20 pages)

Faire une brève introduction qui pourrait annoncer les sections

Section 1 : Histoire et activité de l'entreprise

Contenus attendus, mais à adapter

Faire l'historique (qui retrace l'évolution de l'entreprise depuis sa création jusqu'à aujourd'hui) et présenter l'activité de l'entreprise (qui permet de comprendre le domaine d'intervention de l'entreprise, ses produits ou services, sa place sur le marché, etc.)

1-Historique de l'entreprise

- *Date de création, fondateurs, évolutions majeures.*
- *Étapes clés (fusions, restructurations, extension géographique, innovations, etc.).*

2-Domaine d'activité

- *Description des produits/services offerts.*
- *Par ex : Segmentation de marché (clients, zones géographiques, types de services).*
- *Par ex : Positionnement concurrentiel (parts de marché, avantages comparatifs).*

3- Environnement de l'entreprise

- *Par ex : Brève mise en contexte sectoriel (ex. : marché ivoirien de l'assurance, concurrence bancaire, secteur logistique en Afrique de l'Ouest).*
- *Par ex : Éventuels défis/contraintes réglementaires.*

Section 2 : Organisation et fonctionnement de l'entreprise

Contenus attendus, mais à adapter

Décrire qui fait quoi, comment les rôles sont organisés, et comment l'entreprise fonctionne concrètement pour atteindre ses objectifs.

1- Structure organisationnelle

- *Organigramme détaillé (hiérarchie, grandes directions, services clés).*
- *Répartition des rôles et responsabilités.*

2- Fonctionnement interne

- *Processus opérationnels majeurs (ex. : processus de vente, circuit d'approvisionnement, gestion des ressources humaines, etc.).*
- *Systèmes de coordination et communication interne.*

3- Ressources de l'entreprise

- Ressources humaines (effectifs, profils, qualifications).
- Ressources matérielles et technologiques.
- Ressources financières (brièvement, si données disponibles).

CHAPITRE 2 : CADRE CONCEPTUEL ET THEORIQUE DE L'ETUDE

(15-20 pages)

Faire une brève introduction qui pourrait annoncer les sections

Section 1 : Définition des notions / concepts clefs de la thématique

Contenus attendus, mais à adapter

Il s'agit de définir et expliquer les contours d'un concept ou d'une notion (son histoire ou son évolution, son importance, son rôle, etc.) en s'appuyant sur la littérature. Surtout, il ne faut pas se contenter d'aligner des définitions. Il faut montrer les points communs et différences. Éviter le hors-sujet : ne définir que les notions utiles à la problématique.

1- Identification des concepts pertinents

Choisir les concepts liés à la spécialité du mémoire (ex. : en marketing → segmentation, mix-marketing ; en supply chain → gestion des stocks, logistique du dernier km ; en finance → structure financière, ratios de rentabilité).

2- Définitions académiques

- Présenter plusieurs définitions issues d'auteurs différents (articles, manuels, revues scientifiques).
- Comparer ces définitions et en proposer une synthèse.

3- Importance et évolution des concepts

- Expliquer l'évolution historique des notions/concepts.
- Mettre en avant leur rôle dans le management actuel.

Section 2 : Cadre théorique de l'étude

Contenus attendus, mais à adapter

Il faut présenter le modèle théorique pertinent pour son sujet. Ensuite, il faut faire des discussions théoriques des relations entre les concepts/notions de référence du sujet. (Exemple : discussion entre gestion des stocks et réduction des coûts ; discussion entre modèles de financement et croissance de l'entreprise, discussion choix des segments et efficacité commerciale, etc.). Tout dépend des concepts qu'implique le sujet. Par la suite, il faut élaborer un modèle d'analyse.

1-Présentation des modèles et théories pertinentes

Les modèles théoriques permettent de structurer la réflexion autour de la problématique abordée. Par exemple, si le sujet Marketing parle de la valeur que les clients accordent à un produit, on pourrait présenter et analyser la « théorie de la valeur perçue » et son intérêt pour notre étude. Il peut être question, par exemple du modèle AIDA, si on parle de la mise en place d'une campagne publicitaire, etc. En Finance on peut avoir la théorie de l'agence pour parler de la confiance dans les emprunts, structure de capital de Modigliani & Miller, etc. En RH : théorie de la motivation (Maslow, Herzberg), gestion des compétences. En Supply chain : modèle SCOR, juste-à-temps, lean management, etc. Tout dépend de la problématique et des objectifs.

2-Discussions des relations entre concepts

- *Expliquer comment les concepts sont liés au problème étudié.*
- *Exemple : lien entre gestion des stocks et réduction des coûts.*

3-Élaboration d'un cadre de référence (ou modèle d'analyse)

A partir du modèle théorique choisi et des discussions entre les concepts, il faut construire un schéma ou un tableau qui montre comment les concepts et modèles serviront à analyser l'état des lieux dans le chapitre 3¹ et/ou à encadrer, présenter et discuter les résultats dans le chapitre 4.

Conclusion de la première partie

Faire une conclusion de la première partie, débouchant sur l'annonce de la deuxième partie.

DEUXIEME PARTIE : CADRE METHODOLOGIQUE ET PRATIQUE DE L'ETUDE

Faire une introduction de la partie, débouchant sur l'annonce des chapitres

CHAPITRE 3 : METHODOLOGIE DE L'ETUDE (15-20 pages)

Faire une brève introduction qui pourrait annoncer les sections

Très important : *il existe 2 approches du chapitre 3. La première est présentée ici. La deuxième se trouve juste après la page 7 après la présentation de la bibliographie.*

Section 1 : Méthodes et outils de collecte de données

Contenus attendus, mais à adapter

1- Méthodes de collecte de données

- *Décrire chaque méthode : entretiens, observation, questionnaire, analyse documentaire.*

¹ *Il y a 2 approches du chapitre 3 qui s'adaptent en fonction du besoin de la problématique et de l'étudiant*

- *Décrire les sources de données :*

Sources de données primaires : l'entretien, l'observation, enquête par questionnaire.

Sources de données secondaires : rapports/procédures interne de l'entreprise (factures, bons, etc.) et données externes en rapports avec l'étude (article, mémoire, thèse, ouvrage, etc.).

2- Outils de collecte de données

Préciser et décrire clairement les outils de collecte de données, en précisant à la fois leur conception, les étapes de leur élaboration, ainsi que les modalités de leur administration.

Exemple : un entretien à pour outil de collecte le guide d'entretien (méthode qualitative)

Une enquête à pour outil de collecte le questionnaire (méthode quantitative)

Section 2 : Méthodes d'analyse et outils de traitement des données

1- Méthodes d'analyse de données

Méthodes d'analyse de données : technique quantitative (ex : méthodes statistiques descriptives) ; technique qualitative (ex : analyse thématique), outils de diagnostic (ex : Pareto, SWOT, PESTEL, etc.).

2- Outils de traitement de données

Pour mener les analyses de données, l'étude peut recourir à des outils de traitement de données tels que : Excel, SPSS, Stata, Power Bi, etc.

3- Limites méthodologiques

Contraintes de temps, biais potentiels, accès limité à certaines données

CHAPITRE 4 : RESULTATS ET PROPOSITIONS DE SOLUTIONS (15-20 pages)

Faire une brève introduction qui pourrait annoncer les sections

Section 1 : Présentation des résultats, analyse et interprétation

Contenus attendus, mais à adapter

Présentation des éléments statistiques (analyse quantitative), thèmes récurrents des entretiens (analyse qualitative), présentation graphique ou sous forme de tableau, figure (par ex : les caractéristiques sociodémographiques, explication des phénomènes, tableau SWOT, graphique Pareto, etc.).

1-Présentation brute des résultats

- *Résultats des enquêtes, entretiens, observations, analyses documentaires.*

- Tableaux, graphiques, figures (ex. : résultats statistiques, schémas d'organisation, résultats financiers, etc.).

2-Analyse des résultats

- Comparaison avec les concepts et modèles théoriques mobilisés dans le chapitre 2.
- Mise en évidence des tendances, forces et faiblesses.

3- Interprétation des résultats

- Compréhension managériale des constats : pourquoi ces résultats sont-ils importants ?
- Impact sur l'entreprise (ex. : insatisfaction client, coûts excessifs, manque de coordination interne, etc.).

Section 2 : Discussions, propositions et plans d'action

Contenus attendus, mais à adapter

1-Discussion des résultats

- Confronter les résultats aux attentes théoriques et pratiques.
- Mettre en évidence les écarts entre ce qui est et ce qui devrait être.

2-Propositions de solutions

- Présenter des solutions concrètes adaptées au problème.
- Solutions basées à la fois sur la théorie (académique) et sur la réalité terrain (pratique).
- Exemple : mise en place d'un CRM en marketing, adoption du Juste-à-temps en supply chain, formation continue en RH.

3-Plan d'action opérationnel

- Étapes de mise en œuvre (court, moyen, long terme).
- Ressources nécessaires (humaines, matérielles, financières).
- Responsables désignés (qui fait quoi).
- Indicateurs de suivi et d'évaluation (KPI).

Conclusion de la deuxième partie

Faire une conclusion de la deuxième partie, débouchant sur l'annonce de la conclusion.

CONCLUSION GENERALE (2-3 pages)

- Le rappel de l'objectif fixé ;
- Le rappel de la problématique observée ;
- Synthèse des résultats.
- Apports académiques éventuellement (mobilisation des théories/concepts).
- Apports professionnels (utilité pour l'entreprise et pour soi).
- Limites du mémoire.
- Perspectives pour actions managériales ou études futures.

BIBLIOGRAPHIE

(Voir guide)

ANNEXES.....X

(Voir guide)

LISTE DES ANNEXES.....XI

(Voir guide)

TABLE DES MATIERES.....XIV

(Voir guide)

Deuxième approche du Chapitre 3

NB : Lorsque le travail de l'étudiant requiert la présentation détaillée de la situation préalable à la résolution du problème avant d'aborder la démarche méthodologique, il est conseillé de se référer au **chapitre 3** présenté ci-dessous, qui remplace alors celui précédemment évoqué.

CHAPITRE 3 : ETAT DES LIEUX DE X PROBLEME DANS X ENTREPRISE ET DEMARCHE METHODOLOGIQUE (15-20 pages)

Faire une brève introduction qui pourrait annoncer les sections

Section 1 : Etat des lieux de X problème dans l'entreprise X

Contenus attendus, mais à adapter

1-Présentation du problème identifié

- *Rappel bref du lien avec la problématique générale.*
- *Délimitation du périmètre étudié (service, produit, fonction, département, etc.).*

2-Description factuelle de la situation actuelle

- *Organisation actuelle des pratiques/stratégies/processus liés au problème.*
- *Données disponibles (chiffres clés, tableaux, extraits de rapports internes, etc.).*
- *Témoignages éventuels (sans encore les analyser en profondeur).*

3-Constats et insuffisances relevées

- *Identification des limites, dysfonctionnements, incohérences.*
- *Mise en évidence des symptômes (ex. : baisse de satisfaction client, surcoûts logistiques, forte rotation du personnel, etc.).*
- *Transition claire : montrer que l'état des lieux met en évidence la nécessité d'analyser et de traiter le problème dans la suite du mémoire.*

Section 2 : Démarche méthodologique de la résolution du problème

Contenus attendus, mais à adapter

1-Choix de la démarche de recherche appliquée

- *Qualitative, quantitative, ou mixte.*
- *Justification du choix par rapport à la problématique et aux contraintes de terrain.*

2-Méthodes et outils de collecte de données

- *Décrire chaque méthode et les outils associés. Ainsi, l'entretien est une méthode et le guide d'entretien un outil : Exemple : « Un guide d'entretien semi-directif a été élaboré pour interroger cinq responsables du département logistique. »*
- *Description des sources primaires : entretiens, enquêtes, observations.*
- *Description des sources secondaires : rapports internes, bases de données externes, statistiques d'une page de réseaux sociaux, les bons, factures, etc.*

3-Méthodes d'analyse et outils de traitement

- *Indiquer comment les données seront analysées (ex. : analyse thématique, statistiques descriptives, diagnostic SWOT, Pareto, PESTEL, etc.).*
- *Outils utilisés : Excel, SPSS, Power BI, etc.*

4- Limites méthodologiques

Contraintes de temps, biais potentiels, accès limité à certaines données.