L'introduction mérite d'être étoffée (3 pages). Vous pourriez dans un premier paragraphe rappeler les produits, les cibles de Techniques de l'Ingénieur et le modèle d'affaires avant d'effectuer le constat que TDI n'a que peu de contacts directs avec la cible des étudiants. Or, ce sont effectivement les futurs prescripteurs. Vous pouvez dès lors évoquer les démarches qui commencent à être initiées (avec les étudiants de l'Université de Lyon si je me souviens bien) pour mieux connaître cette cible. A la fin de l'introduction, vous formulez votre problématique "Comment amener les étudiants, utilisateurs gratuits d’aujourd’hui, à devenir les prescripteurs de demain ?" et indiquez en quelques lignes comment vous comptez y répondre (revue de littérature + enquête auprès de cette cible).

* Techniques de l’Ingénieur
  + Produits de TI
  + Cibles
  + Modèle d’affaires
* Relations entre TI et étudiants
  + Peu ou pas de contact
  + Futurs prescripteurs
* Démarches en cours
  + Concours étudiant avec université de Lyon
* Annonce Problématique choisie
  + Comment amener les étudiants, utilisateurs gratuits d’aujourd’hui à prescripteurs de demain ?
* Annonce du plan
  + Revue de littérature
    - **Créer et renforcer la relation à la marque**
      * Brand Quality Relationship - Helme-Guizon & Magnoni
      * « Le marketing relationnel », KOTLER Philip, KELLER Kevin et MANCEAU Delphine
      * « Gestion de la relation client », PEELEN Ed, JALLAT Frédéric, STEVENS Éric et VOLLE Pierre
    - **Faciliter et récompenser la prescription**
      * Théorie de la motivation intrinsèque / extrinsèque - Deci et Ryan
      * Travaux sur les leaders d'opinion – Vernette
      * « Management de la fidélisation : De la stratégie aux technologies digitales », MEYER-WAARDEN Lars
      * « Marketing Business to Business », MALAVAL Philippe, BENAROYA Christophe
  + Enquête