

# Confiance, réputation et manipulation : une perspective théorique et empirique appliquée au cas de eBay (Document en Français)

## ▼ Accès au(x) document(s)

Accéder au(x) document(s) :

 <https://docassas.u-paris2.fr/nuxeo/site/esupversions/16328d85-e9a1-4611-ac31-10edae24b94a>

 <https://docassascujas.u-paris2.fr/nuxeo/site/esupversions/16328d85-e9a1-4611-ac31-10edae24b94a> 

Ce document est protégé en vertu du Code de la Propriété Intellectuelle.

Modalités de diffusion de la thèse :

- **Thèse soumise à l'embargo de l'auteur jusqu'au 02/02/2022 (communication intranet).**

## ▼ Informations sur les contributeurs

Auteur : [Roumieh Nour](#)

Date de soutenance : 09-07-2019

Directeur(s) de thèse : [Benzoni Laurent](#) - [Saab Gretta](#)

Etablissement de soutenance : [Paris 2 - Université de Balamand \(Tripoli, Liban\)](#)

Ecole doctorale : [École doctorale des sciences économiques et gestion, sciences de l'information et de la communication \(Paris\)](#)

## ▼ Informations générales

Discipline : Sciences économiques

Classification : Economie

Mots-clés libres : Confiance, Réputation, Système d'évaluation, EBay, Manipulation de la réputation, Chaînes de Markov, Processus stochastiques

Mots-clés :

- Consommateurs -- Confiance
- Réputation numérique
- Vendeurs - Évaluation
- Markov, Processus de


**Résumé :** À ce jour-là, la confiance revêt un caractère polysémique en sciences sociales. Cette notion devient le centre d'intérêt d'un nombre de sociologues, philosophes, psychologues et économistes. Les "six chapitres" de cette thèse évoquent la question de l'établissement de la confiance entre les acheteurs et les vendeurs lors d'un achat en ligne. La réputation d'un vendeur se présente comme le déterminant principal de la confiance. Le système de notation adopté par le site de vente en ligne eBay, constitue le centre de nos analyses empiriques et théoriques. Ces six chapitres sont précédés par une introduction générale et une revue de la littérature (Premier chapitre). Un second chapitre est dédié à présenter l'impact des notations - surtout les notations négatives - laissées par les acheteurs aux vendeurs, quant à la présence de ces derniers sur la plateforme, en utilisant la Chaîne de Markov. Un troisième chapitre s'intéresse à l'optimisation des ventes d'un vendeur spécifique pendant une période déterminée, tout en prenant en compte les évaluations laissées par les acheteurs. Le quatrième est une étude empirique qui porte sur l'impact de la réputation d'un vendeur, sur la probabilité de vente et sur la confiance. Le chapitre cinq présente les limites auxquelles se heurte le système de notation et les solutions proposées. Le dernier chapitre, mesure et test empiriquement l'impact de la manipulation de la réputation de la part du vendeur sur la probabilité de vente et sur la confiance.

## ▼ Informations techniques

Type de contenu : Text

Format : PDF

## ▼ Informations complémentaires

Entrepôt d'origine :  star  
Identifiant : 2019PA020065  
Type de ressource : Thèse

