

UE 7 - MANAGEMENT

Niveau L : 210 heures - 18 ECTS

THÈMES	SENS ET PORTÉE DE L'ÉTUDE	NOTIONS ET CONTENUS
1. Introduction au management (20 heures)	Cette introduction permet de définir les entreprises et d'une façon plus large les organisations publiques et privées, de les situer dans leur environnement et de montrer les approches multidimensionnelles du management.	Définition et présentation des différents types d'organisations Pluralité des buts et des parties prenantes Définition du management et rôles du manager Le management face aux défis contemporains Le management dans différents contextes
2. Théorie des organisations (35 heures)	L'enjeu est de mettre en évidence l'évolution de la représentation des organisations au cours du temps. La démarche historique est privilégiée, permettant de souligner le caractère relatif et la construction sociale des modèles, des méthodes et des outils de management.	L'approche classique La prise en compte des relations humaines L'approche sociologique des organisations La remise en cause de la rationalité (optimisation versus satisfaction) Les théories de la contingence structurelle et la place de l'environnement L'approche socio-technique Les apports des théories contractuelles Les approches évolutionnistes de la firme Histoire des structures organisationnelles Typologie des structures formelles
3. Les différentes fonctions au sein des organisations (40 heures)	Il s'agit de caractériser les différentes fonctions au sein d'une organisation et leurs interactions dans une perspective systémique.	Missions opérationnelles et missions d'appui Analyse des grandes fonctions selon les types d'organisations
4. Éléments fondamentaux de stratégie (40 heures)	L'objectif de cette partie est de fournir une première sensibilisation des étudiants à la stratégie des entreprises et des organisations. Dans cette perspective, il focalise plutôt l'attention sur la démarche stratégique et l'analyse stratégique.	Stratégie et décisions stratégiques : les niveaux de stratégie et le vocabulaire de la stratégie Diagnostic stratégique : - l'impact des influences environnementales, la dynamique de la concurrence dans une industrie, les marchés et segments de marché, les menaces et opportunités, les facteurs clés de succès - les ressources stratégiques : les compétences fondamentales, la comparaison avec les concurrents, les forces et les faiblesses Repérage de choix stratégiques : - spécialisation <i>versus</i> diversification - stratégie de domination par les coûts <i>versus</i> stratégie de différenciation - croissance interne, croissance externe - impartition
5. Comportement humain dans l'organisation (25 heures)	Au-delà d'une entité technico-économique, l'organisation est également une réalité socio-politique ; on aborde cette facette par les dimensions socioculturelle et psychosociale, en partant de l'individu pour aller vers le groupe.	L'individu dans l'organisation : - perceptions et représentations sociales des rôles et des fonctions - personnalité et comportements au travail (motivation, satisfaction, implication) Le groupe : - la dynamique de groupe et le management d'équipes : approche psychosociale et managériale - les différents types de conflits : théories et techniques de négociation
6. Communication (25 heures)	Cette partie aborde les bases de la communication et ses dimensions stratégique et organisationnelle dans le cadre de contextes professionnels. Les outils étudiés doivent permettre de repérer et d'analyser les dysfonctionnements, mais aussi mettre en place des éléments de réponse concrets.	Communication interne, communication externe : missions et fonctions Communication interne : outils et méthodes Communication avec les clients et les institutions Rôle des médias
7. Décision, direction et animation (25 heures)	L'étude des processus de décision au sein des organisations conduit à compléter les approches rationnelles par des analyses plus organisationnelles et politiques.	
7.1 Les processus décisionnels	Caractériser le processus décisionnel en soulignant que la décision est insérée dans un contexte où s'affrontent des intérêts divergents et où prennent place de nombreux conflits et jeux de pouvoir. S'interroger sur la rationalité des décisions managériales.	Les modèles fondamentaux de la décision (le modèle rationnel, la théorie comportementale de la firme, le modèle "de la poubelle") Les processus de décision : - la planification et la crise de la planification - l'incrémentalisme et le débat délibéré/émergent

THÈMES	SENS ET PORTÉE DE L'ÉTUDE	NOTIONS ET CONTENUS
7.2 Animation, modes de coordination et leadership	Une organisation rassemble des personnes différentes quant à leur culture, leur statut et leurs fonctions. Il est nécessaire de les fédérer pour satisfaire les objectifs de l'organisation, d'où l'étude des modes de coordination et de la notion de leadership.	La culture d'entreprise : - définition et propriétés culturelles d'une organisation - distinction entre culture d'entreprise et culture nationale Les modes de coordination : - la supervision directe - les systèmes formels de contrôle - les processus sociaux et culturels - l'autocontrôle et la motivation personnelle Le leadership : les représentations et la répartition du pouvoir ; pouvoir et autorité ; la personnalité des dirigeants

Indications complémentaires

1. Les défis contemporains du management visent en particulier le développement durable et la responsabilité sociale de l'entreprise, le management des risques. Le management dans différents contextes fait référence à des situations différenciées de développement et à la diversité des finalités : entreprise en création, petite et moyenne entreprise, entreprise multinationale ; production de biens, production de services ; management d'organisations privées (à but lucratif et à but non lucratif), management d'organisations publiques ; le cas des cabinets d'experts ou de conseil.

2. Dans l'approche classique, on vise en particulier les apports de Fayol, Taylor et Weber.

Les apports des théories contractuelles à étudier sont les analyses fondées sur les coûts de transaction, les droits de propriété et la relation d'agence.