

PRÉREQUIS

Aucun prérequis n'est nécessaire pour suivre ce cours.

OBJECTIFS GÉNÉRAUX

Ce cours a pour objectif d'introduire et de clarifier la notion de la gestion, son utilité, ses modes et ses mécanismes.

En partant des concepts clés, ce cours fournit les outils nécessaires à l'étudiant pour pouvoir situer l'entreprise dans son environnement socio-économique.

OBJECTIFS SPÉCIFIQUES

- S'approprier un **vocabulaire lié à la gestion** ;
- Comprendre la notion de **la création de valeur** et son processus ;
- Se familiariser avec les différents **services de l'entreprise** ;
- Faire le lien entre **la stratégie et la gestion de l'entreprise** ;
- D nombtrer et comprendre les **modes d'organisation de l'entreprise** ;
- Approcher le concept de **l'innovation** et introduction à **l'entrepreneuriat**.

SOMMAIRE

Le cours proposé s'appuie sur le plan suivant :

- I. Les concepts clés de la gestion et l'environnement de l'entreprise ;
- II. Exploration de la notion de la valeur et le processus de sa création en entreprise ;
- III. La stratégie : une notion indispensable à la gestion ;
- IV. L'organisation et la structure de l'entreprise ;
- V. La gestion, l'innovation et l'entrepreneuriat.

ORGANISATION SÉANCE PAR SÉANCE

Le cours se décompose en 10 séances de 2 heures.

Séances 1 et 2 : Les concepts clés de la gestion et l'environnement de l'entreprise

- Les définitions centrales liées à la gestion : entreprise, firme, société, etc. ;
- Contextualisation et dimension de la gestion ;
- L'entreprise : définitions, finalités et classification.

Séances 3 et 4 : Exploration de la notion de la valeur et le processus de sa création en entreprise

- Conceptualisation de la valeur dans le domaine de la gestion ;
- Processus de création de valeur ;
- Création de valeur et compétitivité.

Séances 5 et 6 : La stratégie : une notion indispensable à la gestion

- Définition et généralités de la stratégie d'entreprise ;
- Le principe de l'analyse et diagnostic stratégique ;
- Les outils de diagnostic stratégique.

Séance 7 et 8 : L'organisation et la structure de l'entreprise

- L'histoire de l'organisation des entreprises ;
- Les enjeux de la structure d'une entreprise ;
- Les déterminants de la classification de la structure.

Séance 9 et 10 : La gestion, l'innovation et l'entrepreneuriat.

- Le concept de l'innovation au cœur de la science de gestion ;
- Le processus de diffusion de l'innovation ;
- Définition et enjeux de l'entrepreneuriat ;
- Introduction du business model.

DÉMARCHÉ PÉDAGOGIQUE

La méthode pédagogique est celle du cours magistral. Les thèmes abordés seront illustrés d'exemple et des quizz ludiques également, afin de permettre aux étudiants de mobiliser les concepts proposés dans le cadre de situations managériales.

MOYENS PÉDAGOGIQUES

Le cours sera projet  sur écran et un support de cours sous forme d'un dossier sera partagé avec les étudiants. Un vidéo projecteur résolution 1080p est préférable.

BIBLIOGRAPHIE INDICATIVE

- Charreire Petit, S. et Huault, I. (2009), *Les grands auteurs en management*,  ditions ems, 2  édition.
- LALOUX F. (2014), *Reinventing organizations*, DIATEINO.
- Kahneman, D. (2011), *Thinking, Fast and Slow*, Penguin Books, Pearson.
- Bob Nelson & Peter Economy (2005), *The Management Bible*, Wiley.
- Morel, C. (2012), *Les décisions absurdes II*, Gallimard.
- Presse  conomique (Les Echos, la Tribune, The Economist...)
- Revues semi-professionnelles (Expansion Management Review, Harvard Business Review)