

Année universitaire 2024/2025

# Management et organisations - international - 1re année de master

**Crédits ECTS : 60**

## LES OBJECTIFS DE LA FORMATION

Créé à la rentrée 2018 initialement sur le campus de Casablanca, ce programme sur 2 ans a l'ambition de former de jeunes professionnels ouverts aux transformations globales et digitales, avec un regard particulier sur les synergies entre l'Europe, l'Asie et l'Afrique. Après la 1ère année, nous recommandons la césure avec stage dans l'un des pays du programme et une 2ème année de spécialisation selon les pays.

### Les objectifs de la formation :

- Intégrer les contraintes économiques dans la stratégie des entreprises des pays émergents
- Elaborer des stratégies de marketing et de communication
- Mettre en oeuvre une stratégie digitale
- Maîtriser le risque d'entreprise
- Elaborer et animer le processus de budgétisation
- Gérer des projets en utilisant la méthode PMI
- Produire et synthétiser de la connaissance

## PRÉ-REQUIS OBLIGATOIRES

- Titulaires d'une Licence (180 crédits ECTS) ou équivalent à Dauphine, d'une université ou d'un autre établissement de l'enseignement supérieur dans les domaines suivants : gestion, économie, sciences sociales
- Niveau d'anglais attesté
- Maîtrise du français

La capacité d'accueil pour 1ère année de master Management et Organisation - International est de 25 places et de 20 places pour la 1ère année à Tunis.

## PROGRAMME DE LA FORMATION

- Semestre 1
  - Obligatoire
    - Business History south perspective
    - Economie internationale
    - Tutorat
    - Economie numérique et SI
    - Marketing 1
    - Finance d'entreprise et financement international
    - Théorie et pratique des Organisations
    - Introduction to research methods
    - Strategic management
- Semestre 2

- Obligatoire
  - Management en contexte
  - Contrôle et fiscalité internationale
  - Gestion de projet
  - Marketing 2
  - Opérations et chaîne logistique
  - Langues
  - Business Data Analysis
  - Mémoire / Projet

## DESCRIPTION DE CHAQUE ENSEIGNEMENT

### Business Data Analysis

ECTS : 3

### Business History south perspective

ECTS : 3

#### Description du contenu de l'enseignement :

L'histoire coloniale tout autant que l'histoire de l'esclavage ont été longtemps absentes de l'histoire du Management et des organisations, cette absence a été largement contestée : d'abord par de nombreux historiens qui ont montré que les anciennes colonies et/ou les plantations étaient parmi les premiers sites de l'émergence du capitalisme industriel et l'organisation industrielle qui vont de pair avec une sophistication croissante des méthodes de gestion (Marseille, 1984 ; Coquery, 2001). Les approches postcoloniales en gestion qui ont se sont développées fin des années 90 ont, tout en critiquant l'ethnocentrisme de la littérature managériale occidentale, mis l'accent sur les empreintes de la colonisation aussi bien sur la production intellectuelle et les pratiques de gestion dans les pays du Nord que dans les coopérations Nord/Sud (Prasad, 2003, 2012 ; Westwood, 2006). Le but de ce cours est d'offrir aux étudiants les connaissances nécessaires pour aborder les relations entre le développement de l'entreprise au XIXe et au XXe siècle et l'expansion des empires coloniaux (Cornelius & al., 2019 ; Mollan, 2019) . Il s'agit aussi de les familiariser avec les effets de cette histoire sur l'émergence et l'évolution des entreprises dans les pays du Sud Global.

#### Compétence à acquérir :

A l'issue de cet enseignement, les étudiants doivent être en mesure d'utiliser les travaux en histoire du management pour :

- Interpréter et expliquer les différents dynamiques sociales, économiques et politiques qui sous-tendent les comportements individuels et collectifs dans le domaine du management international et notamment dans les coopérations Nord/Sud
- Analyser l'hybridité des structures, systèmes et processus organisationnels, les styles de management et de leadership nés de la rencontre coloniale entre les pratiques de gestion qui viennent du Nord et les modèles organisationnels locaux dans les pays du Sud
- Comprendre les traces de l'entreprise coloniale et l'esclavage dans l'évolution du fonctionnement de l'entreprise moderne

#### Mode de contrôle des connaissances :

La note finale obtenue dans l'enseignement est composée comme suit :

Examen 50%

Contrôle continu 50%

#### Bibliographie, lectures recommandées :

Ajari, N. (2014). *Race et violence : Frantz Fanon à l'épreuve du postcolonial*. Thèse de doctorat en Philosophie. Université

Toulouse le Mirail - Toulouse II.

- Alawattage, C. & Wickramasinghe, D. (2009). Institutionalisation of control and accounting for bonded labour in colonial plantations: A historical analysis. *Critical Perspectives on Accounting*, Volume 20, Issue 6, September 2009, Pages 701-715.
- Alcadipani, R., Khan, F. R., Gantman, E., & Nkomo, S. (2012). Southern voices in management and organization knowledge. *Organization*, 12, 131–143.
- Cooke, B. (2003), The Denial of Slavery in Management Studies. *Journal of Management Studies*, 40: 1895-1918.
- Coquery-Vidrovitch, C. (2001), *Le Congo au temps des grandes compagnies concessionnaires, 1898-1930*, Paris, Éditions de l'EHESS.(rééd. de 1972)
- Cornelius, N., Amujo, O. & Pezet, E. (2019) British 'Colonial governmentality': slave, forced and waged worker policies in colonial Nigeria, 1896–1930, *Management & Organizational History*, 14:1
- Fabre A., Labardin P. (2019), Foucault and social and penal historians. The dual role of accounting in the french penal colonies of the nineteenth century., *Accounting History Review*.
- Fernández-de-Pinedo, N., Castro, R. & Pretel, D. (2019). Technology transfer networks in the first industrial age: the case of Derosne & Cail and the sugar industry (1818–1871) *Business History*, Published Online: 18 Jan 2019.
- Frenkel, M., & Shenhav, Y. (2003). From Americanization to colonization: The diffusion of productivity models revisited. *Organization Studies*, 24, 1537–1561.
- Gantman, R., Yousfi, H., Alcadipani, R. (2015). Challenging Anglo-Saxon dominance in management and organizational knowledge. *Revista de Administração de Empresas*, 2015, 55 (2)
- Labardin, P., & Pezet, A. (2014). *Histoire du management*. Collection Nathan SUP.
- Marseille, J. (1984). *Empire colonial et capitalisme français. Histoire d'un divorce*, Paris, Albin Michel, collection « L'aventure humaine », 1984, 464 p.
- Mollan, S. (2019) Imperialism and coloniality in management and organization history, *Management & Organizational History*, 14:1, 1-9
- McWatters, C.S. (2008) Investment returns and la traite négrière: evidence from eighteenth-century France, *Accounting, Business & Financial History*, 18:2, 161-185
- Prasad, A. (Ed.). (2003). *Postcolonial theory and organizational analysis: A critical engagement*. New York: Palgrave.
- Prasad, A. (Ed.). (2012). *Against the grain: advances in postcolonial organization studies* Copenhagen: Copenhagen Business School Press.
- Verma, S., Abdelrehim, N (2017). Oil multinationals and governments in post-colonial transitions: Burmah Shell, the Burmah Oil Company and the Indian state 1947–70. *Business History*, Volume 59, Issue 3.
- Verma, S. (2015), Political, economic, social and imperial influences on the establishment of the Institute of Cost and Works Accountants in India post independence. *Critical Perspectives on Accounting*, Volume 31, September, Pages 5-22.
- Westwood, R. (2006). International business and management studies as an orientalist discourse: A postcolonial critique. *Critical perspectives on international business*, 2(2), 91-113.
- Yousfi, H (2014). Rethinking Hybridity in Postcolonial Contexts: What Changes and What Persists? The Tunisian case of Poulina's managers, *Organization studies*. 35(3), 393–421

---

## Contrôle et fiscalité internationale

ECTS : 3

---

## Economie internationale

ECTS : 3

Description du contenu de l'enseignement :

**Objectifs:**

- Comprendre les enjeux liés aux grandes évolutions des échanges internationaux.
- Comprendre les fondements théoriques du commerce international
- Traiter des questions que posent l'économie internationale en termes d'enjeux de politiques économiques dans les pays émergents et en développement

**Compétence à acquérir :**

- Acquisition d'outils théoriques et statistiques permettant de mener des études économiques sur l'économie internationale.

**Mode de contrôle des connaissances :**

- Test écrit
- Evaluation orale (Projet de Groupe sur un thème à sélectionner (ex : Made in China 2025, L'Afrique sub-saharienne, Chaînes de valeur mondiales et croissance des pays en développement, etc.).

**Bibliographie, lectures recommandées :**

- Bernard Guillochon, Annie Kaweck, Baptiste Venet et Frédéric Peltrault (2016), Économie internationale , 8ème édition, Dunod.
- Mouhoub El Mouhoud (2017), Mondialisation et délocalisation des entreprises, 5ème édition, Coll. Repères, La Découverte.
- Krugman, P., M.Obstfeld et M. Melitz (2015), Economie internationale, 10ème édition, Pearson Education France.
- Krugman P., M. Obstfeld, Capelle-Blancard G. Crozet M., Économie internationale.

## Economie numérique et SI

ECTS : 3

**Description du contenu de l'enseignement :**

**Ce cours est organisé selon des modalités pédagogiques spécifiques à l'apprentissage par les pairs.** Il est structuré autour d'une mission de conseil, qui permettra aux étudiant-e-s de vivre une mise en situation authentique, préparant bien aux métiers du conseil en particulier et à la gestion de projets de transformation digitale en général. La mission consiste à aider une entreprise relativement dysfonctionnelle et sous-informatisée à améliorer son fonctionnement et sa qualité de service, notamment par le biais de technologies de l'information. Cette mission est décomposée en **9 étapes** qui permettront d'abord de réaliser un diagnostic approfondi de la situation puis, dans un deuxième temps, de formaliser une solution aux problèmes identifiés. **Etape 1 – Identifier les processus de l'entreprise.** A l'issue de cette étape, les étudiants seront en mesure de :

- Identifier des macro-processus et ses sous-composants
- Articuler des macro-processus entre eux, dans une cartographie
- Modéliser en langage BPMN un processus simple avec événements, activités, passerelles et piscines

**Etape 2 – Analyser un processus de l'entreprise** A l'issue de cette étape, les étudiants seront en mesure de :

- Rédiger une fiche synthétique sur une technologie
- Formater une fiche afin qu'elle puisse être apprise par d'autres
- Utiliser l'outil SIPOC

**Etape 3 – Modéliser un processus d'entreprise** A l'issue de cette étape, les étudiants seront en mesure de :

- Modéliser des processus plus complexes
- Repérer des dysfonctionnements dans des processus.

**Etape 4 - Améliorer les processus de l'entreprise** A l'issue de cette étape, les étudiants seront en mesure de :

- Identifier les causes des dysfonctionnements rencontrés avec la méthode des 5 Pourquoi.
- Concevoir et prioriser des améliorations permettant de répondre aux dysfonctionnements à l'aide d'une matrice de priorisation.

**Etape 5 - Réaliser le diagnostic informationnel de l'organisation** A l'issue de cette étape, les étudiants seront en mesure de :

- Repérer les difficultés liées à la circulation d'information au sein d'une organisation

- Définir brièvement les principales technologies permettant de gérer l'information
- Comprendre comment la donnée se transforme en information puis en connaissance.

**Etape 6 - Réaliser le diagnostic technologique de l'organisation** A l'issue de cette étape, les étudiants seront en mesure de :

- Définir brièvement les principales évolutions technologiques qui influencent aujourd'hui la conception et le management des systèmes d'information.
- Identifier les points de blocage d'un projet liés à des aspects technologiques.
- Evaluer la pertinence de plusieurs outils technologiques pour un même besoin

**Etape 7 - Rédiger une proposition commerciale** A l'issue de cette étape, les étudiants seront en mesure de :

- Formuler de manière claire et synthétique une première proposition de transformation organisationnelle

**Etape 8 - Réaliser le diagnostic organisationnel de l'entreprise** A l'issue de cette étape, les étudiants seront en mesure de :

- Analyser l'impact qu'aura un projet sur la dynamique organisationnelle
- Formuler des recommandations pour améliorer les chances de succès du déploiement du projet

**Etape 9 - Proposer un plan de mise en oeuvre pour l'entreprise** A l'issue de cette étape, les étudiants seront en mesure de :

**Compétence à acquérir :**

Ce cours permet aux étudiant-e-s de développer **un ensemble de compétences permettant de mener la transformation numérique d'une entreprise**, depuis la phase de diagnostic jusqu'à la préparation d'un cahier des charges détaillé. Il s'agira notamment pour eux d'appréhender **les dimensions informationnelle, technologique et organisationnelle** de tout projet de transformation numérique. Les étudiant-e-s seront notamment en mesure de :

- identifier les différents processus d'une entreprise
- modéliser un processus en langage BPMN
- analyser les dysfonctionnement d'un processus
- formuler et prioriser des solutions aux dysfonctionnements identifiés
- réaliser un audit informationnel, technologique et organisationnel d'une entreprise
- établir une proposition commerciale destinée au client
- élaborer un cahier des charges fonctionnel
- présenter un projet de transformation numérique d'une organisation et argumenter face au client.

**Mode de contrôle des connaissances :**

Les étudiants sont évalués

- collectivement, au sein de leur équipe sur 2 livrables (80 %) :
  - un cahier des charges fonctionnel détaillé (40-60 pages) (40 %)
  - une soutenance orale du projet décrit dans le cahier des charges devant un jury (40 %)
- individuellement, chaque semaine (20 %) :
  - le rendu des différents livrables
  - la réalisation des évaluations des travaux des autres étudiants
  - la contribution aux Wikis du cours

**Bibliographie, lectures recommandées :**

Néant.

## Finance d'entreprise et financement international

ECTS : 6

## Gestion de projet

ECTS : 3

## Introduction to research methods

ECTS : 0

**Description du contenu de l'enseignement :**

- Introduction aux principaux éléments structurants d'une recherche. Élaboration d'une problématique. Principales méthodes de collectes et analyses des données.

- Apporter le socle méthodologique nécessaire à la réalisation du mémoire de M1.

**Compétence à acquérir :**

- Analyser, créer & résoudre.

**Mode de contrôle des connaissances :**

Réalisation d'un travail individuel s'insérant dans une recherche collective

**Bibliographie, lectures recommandées :**

Kalika, Mouricou, Garreau (2018). Le mémoire de Master, Dunod

---

## Langues

ECTS : 3

**Description du contenu de l'enseignement :**

Séance en laboratoire ou en face à face

**Compétence à acquérir :**

Ce cours permet aux étudiants d'approfondir

- soit leur niveau d'anglais et notamment de « business english », qu'ils seront largement amenés à utiliser dans leur environnement professionnel
- soit initier l'apprentissage de nouvelles langues telles que l'arabe

**Mode de contrôle des connaissances :**

Evaluation individuelle

---

## Management en contexte

ECTS : 3

**Description du contenu de l'enseignement :**

L'enseignement s'appuie sur une série de conférences données par des entreprises locales et dans certains des visites *in-situ* d'entreprises. Le programme vise à découvrir la relation entre les entreprises du Sud et le développement international.

**Compétence à acquérir :**

- Contextualiser les enseignements dans des cas d'entreprises
- Relationnel avec les entreprises par la participation des étudiants à la construction des conférences

**Mode de contrôle des connaissances :**

Rapport d'étonnement sur la base des conférences.

---

## Marketing 1

ECTS : 6

**Description du contenu de l'enseignement :**

This course aims at giving a general overview of the marketing field, with an emphasis on the study of consumer behaviour and marketing communications. The focus is placed on developing an understanding of the psychological and social factors that influence the different aspects of human behaviour in the marketing and consumption context in the broad sense. The module will also clarify how characteristics of consumers can be measured or understood and how such measurements and understanding support marketing decision-making.

**Compétence à acquérir :**

By the end of the module, you should be able to:

- Discover and understand the key notions and tools of marketing
- Understand the importance of consumer insights

- Apply contemporary models of consumer behaviour and communication science
- Identify the methods used to access information about consumers and be aware of their respective strengths/weaknesses

**Mode de contrôle des connaissances :**

The course evaluation will be based on:

- An individual exam (50%)
- A group project (30%): by groups of 4 students, you will analyse an outdoor advertisement of your choice following the analytical framework provided in class (introduction, context, interpretation, evaluation, conclusion).
- A group tutorial exercise (15%): by groups of 4 students, prepare one tutorial exercise and present it to the class. It should last 15 minutes and be as interactive and dynamic as possible. Tutorial exercises are chosen to illustrate concepts seen in class, so no need to reexplain them again.
- Class preparation and active participation (5%)

---

## Marketing 2

**ECTS :** 3

**Description du contenu de l'enseignement :**

1. Fundamentals of sales effectiveness
2. Data-based sales and sales trends
3. The art of (international) sales negotiations

**Compétence à acquérir :**

Upon completion of the modules, students will:

- have good working knowledge and understanding of core Sales principles, concepts, terminology and metrics
- be familiar with current sales trends, digital sales transformation and negotiating principles
- understand what constitutes an effective sales planning strategy, and how it affects success and sustainability of a company
- comprehend significance of the sales profession

**Mode de contrôle des connaissances :**

QCM et projet.

---

## Mémoire / Projet

**ECTS :** 6

---

## Opérations et chaîne logistique

**ECTS :** 3

**Description du contenu de l'enseignement :**

Le programme de cette unité d'enseignement est organisé en trois parties :

- Introduction : cette première partie du programme vise à familiariser les étudiants avec quelques concepts fondamentaux en gestion de la production et de la chaîne logistique. Un tour d'horizon des principales problématiques traitées dans ce domaine sera proposé.
- Gestion des stocks et des approvisionnements : la maîtrise des stocks est un véritable enjeu stratégique pour les entreprises industrielles et de distribution. Les principales politiques de gestion des stocks appliquées aux demandes indépendantes seront abordées dans cette partie.
- Planification et pilotage des flux : le pilotage de la chaîne d'approvisionnement (Supply Chain Management) est étroitement lié à la chaîne de valeur d'une entreprise. Les exercices de planification doivent donc commencer par l'analyse du besoin client jusqu'à sa satisfaction en passant par plusieurs étapes et notions notamment le calcul MRP. Le processus qui orchestre le pilotage des flux est connu sous le nom S&OP (Sales and Operations planning) et repose sur un alignement des différentes parties prenantes au sein de l'entreprise. Les outils quant à eux sont de plus en plus robustes et sophistiqués mais s'articulent tous autour d'un « backbone » opérationnel qui est l'ERP.

**Compétence à acquérir :**

Conception de politiques de gestion des stocks en univers certain et aléatoire

Coordination des processus de planification industrielle et commerciale (S&OP)

Planification et calcul des besoins selon la méthode MRP

**Mode de contrôle des connaissances :**

Contrôle continu (mini-cas et exercices)

**Bibliographie, lectures recommandées :**

- G. Baglin, O. Bruel, A. Garreau, M. Grief, L. Kerbache et C. Van Delft, Management industriel et logistique, Economica, 5ème édition, 2007.
- V. Giard, Gestion de la production et des flux, Economica, 3e édition, 2003.

---

## Strategic management

**ECTS :** 3

**Description du contenu de l'enseignement :**

S1. Introduction: strategic management, past and current issues  
PART 1: RETHINKING VALUE CREATION  
S2. Why and how to rethink a company's business model?  
S3. What mechanisms for creating and capturing value in a globalized context?  
S4. Under what conditions can an innovation create a market disruption?  
S5. Intermediate synthesis: presentation of group projects and correction of case study 1  
PART 2: INFLUENCING AND INTERACTING WITH THE ENVIRONMENT'S ACTORS  
S6. Competition or cooperation: why and how to structure a business ecosystem  
S7. How can a firm shape the institutional context to its own advantage?  
S8. Intermediate synthesis: presentation of group projects and correction of case study 2  
PART 3: ORCHESTRATING STRATEGY  
S9. Governance: how to align strategy with stakeholders' expectations?  
S10. How is the strategy planned and implemented on a daily basis?

**Compétence à acquérir :**

- **Know and understand the main strategic issues** that companies are currently facing;
- **Master essential theoretical concepts** to shed light on these issues and mobilize them as a framework for analysis;
- **Elaborate a structured and reflexive analysis** of a company's strategic situation.

**Mode de contrôle des connaissances :**

Continuous assessment (50%) : Group project (40%) (collective work) & Case study (10%) (individual)  
Final exam (50%) : Case study (Individual exam)

**Bibliographie, lectures recommandées :**

JOHNSON G., SCHOLLES K., WHITTINGTON R., ANGWIN D., REGNER P. **Exploring Corporate Strategy**, Prentice Hall, 11th edition, 2019.

---

## Théorie et pratique des Organisations

**ECTS :** 3

**Description du contenu de l'enseignement :**

Le cours est composé de 10 séances qui, après une introduction, présentent les grands courants de pensée en organisation

**Compétence à acquérir :**

Le cours de Théorie et Pratiques des Organisations de la 1ère année du Master Gestion offre un panorama des réflexions, recherche et pratiques, dans l'étude des organisations. L'objectif est de donner des clés de compréhension et d'analyse des organisations et des processus organisationnels. Concrètement cela permet de mieux connaître la variété des organisations qui existent, leurs modes de fonctionnement et processus, ainsi que les grandes problématiques auxquelles elles sont confrontées

**Mode de contrôle des connaissances :**

Contrôle continu et examen final

---

## Tutorat



ECTS : 0

---

**Université Paris Dauphine - PSL - Place du Maréchal de Lattre de Tassigny - 75775 PARIS Cedex 16 - 21/11/2024**