Année universitaire 2024/2025

Stratégie et Organisation - 101 - 2ème année de master

Responsable pédagogique : LIONEL **GARREAU** - https://dauphine.psl.eu/recherche/cvtheque/garreau-lionel

Crédits ECTS : 60

LES OBJECTIFS DE LA FORMATION

Premier master recherche créé à Dauphine, ce parcours propose une approche unique de la stratégie et du management, fondée sur les connaissances scientifiques les plus récentes apportées par la recherche. Il permet aux étudiants de développer tant leur capacité d'analyse que d'action dans des situations complexes. Les principaux débouchés sont : consultant en stratégie et organisation, chargé de mission au sein de la direction générale ou direction stratégie des entreprises, ainsi que chercheur dans les domaines de la stratégie et des organisations.

?Les objectifs de la formation :

- Analyser des situations concrètes avec des perspectives théoriques offrant une valeur ajoutée à la compréhension du problème
- Argumenter la crédibilité d'une analyse et d'une recommandation stratégique
- Appréhender les grands enjeux de la stratégie des entreprises dans l'environnement actuel
- Articuler les approches économiques et les approches sociales dans une vision complexe des situations d'entreprise
- Développer des connaissances fondamentales sur la stratégie et les organisations grâce au développement de projets de recherche
- Maîtriser les méthodes d'analyse des phénomènes stratégiques et organisationnels

MODALITÉS D'ENSEIGNEMENT

Le parcours est fondé sur un ensemble de cours, séminaires et d'ateliers pratiques, répartis entre septembre et début avril. Une partie des enseignements est dispensée en anglais. Les cours théoriques ont vocation à asseoir une base de connaissances théoriques nécessaires pour entrer dans la logique d'une pédagogie par la recherche. Les cours méthodologiques ont vacation à renforcer la capacité d'analyse des phénomènes empiriques au travers de diverses méthodes scientifiques. Les séminaires permettent d'aborder divers enjeux des entreprises au travers de théories éclairant tant les perspectives d'analyse que les voies de management associées. Les ateliers pratiques ont vocation à mettre ne œuvre tant l'avancée de la production scientifique attachée au mémoire qu'à la mise en application des cours via des missions de conseil.

Le parcours permet ainsi aux participants :

- D'acquérir des connaissances solides à travers les cours théoriques et méthodologiques
- De choisir les objets qu'ils souhaitent approfondir dans un panel de séminaires dédiés à des objets de management
- De mettre en œuvre leurs conanissances dans des applciations professionnelles pratiques telles que des missions de conseil
- D'effectuer un apprentissage par la recherche via une pédagogie fondée sur les travaux de recherche de références dans chaque domaine
- D'effectuer un apprentissage de la recherche par un travail de recherche ambitieux destiné à produire de nouvelles connaissances

Le travail de recherche demandé a pour ambition de faire de chaque étudiant le spécialiste du domaine qu'il choisit. Encadré par un chercheur participant au programme, chacun pourra choisir son sujet de recherche en lien avec les thématiques portées dans le prgramme, et trouver un appui scientifique pour développer de nouvelles connaissances. Le mémoire de recherche a vocation tant à préparer l'étudiant à un futur travail doctoral qu'à développer son expertise sur un sujet précis afin d'en devenir un spécialiste.

ADMISSIONS

- Titulaires d'un diplôme BAC+4 (240 crédits ECTS) ou équivalent à Dauphine, d'une université, d'une école de commerce, d'ingénieurs, d'un Institut d'Etudes Politiques ou d'un autre établissement de l'enseignement supérieur français ou étranger dans les domaines suivants : gestion, économie

- Titulaires d'un diplôme BAC+5 (300 crédits ECTS) ou équivalent, fançais ou étranger
- Niveau courant en anglais exigé

Nous précisons que les BBA donnant le grade de licence ne sont pas reconnus par le Master Management & Organisations comme équivalent à un M1. Nous invitons donc les titulaires de BBA à candidater pour une admission en M1.

POURSUITE D'ÉTUDES

Ce parcours pourra être prolongé par une thèse de doctorat, pour des étudiants souhaitant se destiner à la recherche, auprès d'un des directeurs de recherches du laboratoire Dauphine Recherches en Management.

PROGRAMME DE LA FORMATION

- Semestre 3
  - Obligatoire
    - Théorie des organisations
    - Fondements théoriques de la recherche en stratégie
    - Marchés mondiaux, firmes et régulation des échanges
    - Théorie des SI : un perspective organisationnelle
    - Méthodes qualitatives de recherche en gestion
    - Méthodes quantitatives de recherche en gestion
    - Cycle de conférences
- Semestre 4
  - Obligatoire
    - Trophée IE
  - Option Majeure - 1 UE à choisir parmi la liste
    - Management des collaborateurs
    - Coopétition, Alliance et partenariat
    - Business Model et Digital
    - Intelligence Stratégique
    - Gouvernance d'entreprise
    - Relations des entreprises avec les Etats et les collectivités
    - Sciences sociales et directions générales
    - Les modèles d'affaires de l'immatériel
    - Bringing society back in : institutional and social souces of compéttitive advantage
    - Management des Connaissances
  - Option Mineure - 3 UE séminaires à choisir parmi la liste
    - Management des collaborateurs
    - Coopétition, Alliance et partenariat
    - Business Model et Digital
    - Intelligence Stratégique
    - Gouvernance d'entreprise
    - Relations des entreprises avec les Etats et les collectivités
    - Sciences sociales et directions générales
    - Les modèles d'affaires de l'immatériel
    - Bringing society back in : institutional and social souces of compéttitive advantage
    - Management des Connaissances
  - Option Ordinaire - 2 UE séminaires à choisir parmi la liste
    - Management des collaborateurs
    - Coopétition, Alliance et partenariat
    - Business Model et Digital
    - Intelligence Stratégique
    - Gouvernance d'entreprise
    - Relations des entreprises avec les Etats et les collectivités
    - Sciences sociales et directions générales

- Les modèles d'affaires de l'immatériel
- Bringing society back in : institutional and social souces of compéttitive advantage
- Management des Connaissances

DESCRIPTION DE CHAQUE ENSEIGNEMENT

SEMESTRE 3

Obligatoire

Théorie des organisations

Langue du cours : Français

Fondements théoriques de la recherche en stratégie

Langue du cours : Français

Marchés mondiaux, firmes et régulation des échanges

Langue du cours : Français

Théorie des SI : un perspective organisationnelle

Langue du cours : Français

Méthodes qualitatives de recherche en gestion

Langue du cours : Français

Description du contenu de l'enseignement :

The course Qualitative research methods Theories aims at providing students with a deeper knowledge and understanding of qualitative research methods and thus enabling them to understand quality criteria for qualitative research, as well as developing research projects with relevant methods. The course also aims at making students able to choose methods options and justify their choices.

The course is organized in thematic sessions. Each session requires a number of preliminary readings and is structured around presentations by the students and an exchange based on both the readings and the presentations. Subsequently, additional readings can be proposed to the students.

Compétences à acquérir :

- Being able to evaluate the quality of the research design and methodological choices in research articles
- Being able to make choices about design and methods in real research projects
- Develop coherent research projects in terms of methods
- Develop technical skills in practicing data collection and analysis

Pré-requis recommandés

Introduction to research methods

Mode de contrôle des connaissances :

- Exam (50%)
- Group project: data collection and analysis (50%)

Méthodes quantitatives de recherche en gestion

Langue du cours : Français

Description du contenu de l'enseignement :

Le cours a pour objectif d'initier les étudiants aux approches quantitatives de recherche en sciences de gestion. A cette fin, l'enseignement est organisé en trois volets : principes de construction d'un design de recherche quantitatif, conditions

de validité des échelles de mesure et analyses de données (corrélations, régressions, analyses factorielles, médiations). Les étudiants sont invités à travailler à partir d'articles de recherche et de jeux de données. L'enseignement met également en évidence l'intérêt de ces approches dans le cadre de l'environnement de conseil.

L'enseignement combine cours magistraux, travaux dirigés à partir de jeux de données et travaux de groupe en autonomie. Les étudiants seront amenés progressivement à développer une capacité à construire un design quantitatif, à recueillir des données fiables et à analyser les données au moyen de tests statistiques (à partir de SPSS).

Compétences à acquérir :

Construire un design de recherche quantitative

Construire une échelle de mesure et connaître les principes de validité d'un instrument de mesure

Réduire les données et identifier les dimensions d'un construit à partir d'une analyse factorielle exploratoire (ACP)

Déterminer les relations entre des variables à partir d'analyse corrélationnelles (corrélations bivariées, régressions multiples, médiation)

Pré-requis obligatoires

Aucun

Pré-requis recommandés

Aucun

Mode de contrôle des connaissances :

Contrôle continu à partir de livrables intermédiaires (analyse de données)

Examen final à partir d'un dossier de groupe (construction d'un design de recherche et du questionnaire associé)

Bibliographie, lectures recommandées :

Field A. (2017). Discovering statistics using SPSS. Sage Edge.

Hair J.F. *et al.* (2018). Multivariate data analysis. Cengage Learning EMEA.

Cycle de conférences

Langue du cours : Français

Description du contenu de l'enseignement :

L'objectif du cycle de conférence est d'ouvrir le champ de possibles pour les étudiants du master en mobilisant les spécialistes de certaines approches choisies pour leur acuité particulière au regard des enjeux théoriques, empiriques ou méthodologiques qu'elles révèlent.

Chaque séance est précédée de la lecture de 2 à 3 articles de recherche. Les sessions combinent au gré des enseignants (1) discussion sur les articles lus, (2) explications théoriques, (3) exposés des étudiants.

Compétences à acquérir :

Maitrise des concepts et raisonnements des différentes approches présentées.

SEMESTRE 4

Obligatoire

Trophée IE

ECTS : 3

Langue du cours : Français

Description du contenu de l'enseignement :

Le trophée Stratégie a pour vocation de faire travailler les étudiants sur une problématique de stratégie d'entreprise proposée par des partenaires du master. Cet atelier vise la professionnalisation des étudiants dans leurs capacités à entrer dans une démarche de réponse structurée, argumentée et concrète à une problématique concrète, en étant accompagné par l'équipe Recherche du bureau français de McKinsey.

Compétences à acquérir :

Cet atelier se donne plusieurs objectifs :

- Comprendre et reformuler/ Faire naitre et retranscrire en question stratégique traitable l'attente d'un client
- Trouver l'information nécessaire au traitement d'une problématique stratégique
- Structurer, tester et affiner un argumentaire
- Développer la capacité à présenter un argumentaire

Mode de contrôle des connaissances :

L'évaluation de l'atelier se fait sous la forme de la participation à l'ensemble des séances de formation, au travail collectif et à la soutenance face au jury.

La soutenance prend la forme d'une présentation orale de 20 minutes, suivi d'une séance de questions-réponses de 20 minutes.

Option Majeure - 1 UE à choisir parmi la liste

Management des collaborateurs

ECTS : 3

Langue du cours : Français

Coopétition, Alliance et partenariat

ECTS : 3

Langue du cours : Français

Business Model et Digital

ECTS : 3

Langue du cours : Français

Description du contenu de l'enseignement :

- Données, Information, Connaissance à l'ère de l'Intelligence artificielle
- Caractéristiques des données et valorisation économique de la donnée
- Gouvernance de la donnée et enjeux de valorisation de la donnée
- Ressources et Compétences dans la gestion des données
- Modèles d'affaires fondés sur les données

Compétences à acquérir :

- Comprendre les mécanismes de valorisation des données
- Maîtriser les enjeux organisationnels de la valorisation des données
- Comprendre et concevoir des modèles d'affaires data-driven

Mode de contrôle des connaissances :

Travail de groupe sur l'analyse d'un modèle d'affaires fondé sur les données

---

Intelligence Stratégique

ECTS : 3

Langue du cours : Français

Gouvernance d'entreprise

ECTS : 3

Langue du cours : Français

Relations des entreprises avec les Etats et les collectivités

ECTS : 3

Langue du cours : Français

Sciences sociales et directions générales

ECTS : 3

Langue du cours : Français

Les modèles d'affaires de l'immatériel

ECTS : 3

Langue du cours : Français

Bringing society back in : institutional and social souces of compéttitive advantage

ECTS : 3

Langue du cours : Anglais

Description du contenu de l'enseignement :

We will focus on the current state of research on the institutional drivers of firm behavior and performance, categories, social valuation, stigma and scandal, and discuss how these concepts and underlying theories may contribute to our understanding of how markets and organizations function.

This is a research seminar: the main goal is to provide you with an overview of the research directions and contributions in these lines of work and discuss potential avenues for future research.

With this course, my objectives are to help you to:

- Discover a growing stream of modern strategy thinking

- Understand the drivers of competitive advantage in complex modern settings

- Know how to critically read and discuss strategy research articles

- Write an effective research proposal

Compétences à acquérir :

The research seminar offers an introduction to some of the contemporary discussions in organization theory and strategy that consider the interplay between organizations and broader society and explore i) how organizations' conduct and performance are affected by social and institutional factors, and ii) how organizations contribute in return to shape their social and institutional environment.

Pré-requis obligatoires

Strong knowledge of strategic management concepts and theories.

Mode de contrôle des connaissances :

Your evaluation will be based on a combination of article reviews (20%), session integration (30%), and a term paper (50%).

Articles review: You will be asked to hand in at least 3 days before class a short (one to two pages) review of one of the articles for the session. Your review should include a summary of the motivations and research question of the paper, and a brief assessment of its contributions and limitations. The class will primarily consist in discussing the articles.

Session integration: By group of 2 or 3, you will be assigned to one session and asked to prepare a presentation of the papers for the session, highlighting how they relate to each others. You will be in charge of animating the related session.

Term paper: If you opt for a ‘mémoire mineur’, you will be asked to hand in a 5- to 10-page research proposal connected to at least one of the topics discussed in the course, including a set of hypotheses and, if possible, ideas of how to test them empirically (setting, data). You may also choose to develop your work into a full-fledged ‘mémoire majeur’ (format and content to be discussed).

Bibliographie, lectures recommandées :

You may go back to your favorite strategy handbook. Grant's*Contemporary Strategy Analysis* (Wiley) is a safe option.

Management des Connaissances

ECTS : 3

Langue du cours : Français