Année universitaire 2026/2027

Stratégie et organisation - 101 - 2ème année de master

Responsable pédagogique : STEPHANIE **DAMERON** - https://dauphine.psl.eu/recherche/cvtheque/dameron-stephanie

Crédits ECTS : 60

LES OBJECTIFS DE LA FORMATION

Premier master recherche créé à Dauphine-PSL, ce parcours Stratégie et organisation, 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 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. Les cours théoriques ont vocation à asseoir une base de connaissances théoriques nécessaires pour entrer dans la logique d'une pédogogie par la recherche. Les cours méthodologiques ont vocation 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 en 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 connaissances dans des applications 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 programme, 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, français 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 - 24 ECTS
    - Méthodes quantitatives de recherche en gestion
    - Advanced perspectives in organizational theories
    - Qualitative Research methods
    - Ateliers méthodologiques
    - Fondamentaux et perspectives de la recherche en stratégie
  - Optionnels - 6 ECTS
    - Management du changement stratégique et organisationnel
    - Management des alliances et de la coopétition
    - Corporate Finance and Strategy
    - Consulting skills
- Semestre 4
  - Obligatoire - 12 ECTS
    - Mémoire
    - Ateliers méthodologiques
    - Trophée Stratégie
  - Optionnels - 18 ECTS
    - Stratégie, Digital, Données
    - Business Model
    - Innovation managériale et stratégique
    - Approche systémique de la stratégie et de l'organisation
    - Marketing, Stratégie et Digital
    - Relations Etats-Entreprise
    - Histoire et gouvernance de l’entreprise
    - Economie circulaire
    - Partenariats intersectoriels & Grands défis sociétaux
    - Confiance et management

SEMESTRE 3

Obligatoire - 24 ECTS

Méthodes quantitatives de recherche en gestion

ECTS : 6

Enseignants : CHRISTOPHE **BENAVENT**, SARAH **SAINT-MICHEL**
https://dauphine.psl.eu/recherche/cvtheque/benavent-christophe
https://dauphine.psl.eu/recherche/cvtheque/saint-michel-sarah

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).

1 Introduction au design de la recherche quantitative : exemple de l'efficacité de la formation

2 Conditions de validité d'une échelle de mesure : exemple du mentorat

3 Travaux dirigés : construction d'un design de recherche quantitative (exemple de l'engagement)

4 Analyse des données : analyse de fiabilité, corrélations, analyse factorielle exploratoire (SPSS)

5 Analyse des données : régressions hiérarchiques, tests de médiation (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)

Coefficient : 2

Advanced perspectives in organizational theories

ECTS : 6

Enseignant responsable : ISABELLE **BOUTY** (https://dauphine.psl.eu/recherche/cvtheque/bouty-isabelle)

Langue du cours : Français et anglais

Description du contenu de l'enseignement :

The course Advanced Perspectives in Organisation Theories aims at providing students with a deeper knowledge and understanding of OT and thus enabling them to develop a more sensitive reading of organisations, organisational phenomena, and discourses around them. The course also provides students with a first introduction to research in OT and to some of its current topics and issues.

The course presupposes an initial knowledge of organisational theories and the major themes often associated with them, such as rational approaches to organisational design, contingency theory, organizational culture, or some organisational internal processes such as organizational decision processes. No refreshers will be provided on basic notions other than those included in the introductory session.

In addition to knowledge related to the theory of organizations, this course enables students to develop a capacity for analysis of contemporary organizational phenomena that is sensitive to its underlying assumptions (particularly epistemological). Students will also be introduced to the reading of scientific articles.

Compétences à acquérir :

In addition to knowledge related to the theory of organizations, this course enables students to develop a capacity for analysis of contemporary organizational phenomena that is sensitive to its underlying assumptions (particularly epistemological). Students will also be introduced to the reading of scientific articles.

Coefficient : 2

Qualitative Research methods

ECTS : 6

Enseignant responsable : LIONEL **GARREAU** (https://dauphine.psl.eu/recherche/cvtheque/garreau-lionel)

Langue du cours : Français et anglais

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%)

Coefficient : 2

Ateliers méthodologiques

Langue du cours : Français

Fondamentaux et perspectives de la recherche en

stratégie

ECTS : 6

Enseignant responsable : STEPHANIE **DAMERON** (https://dauphine.psl.eu/recherche/cvtheque/dameron-stephanie)

Langue du cours : Français

Coefficient : 2

Optionnels - 6 ECTS

Management du changement stratégique et organisationnel

ECTS : 3

Enseignant responsable : ISABELLE **DERUMEZ**

Langue du cours : Français

Description du contenu de l'enseignement :

Séance 1 : Les visions ontologiques du changement

Vision ontologique de l'organisation : Entité / flux

Impact sur la vision du changement :

- changement stratégique / stratégie as practice

- changement épisodique / changement continu

.

Séance 2 : Panorama des méthodes d'intervention au sein des entreprises

· Les dynamiques d'intervention et leurs fondements (théoriques et pratiques : philosophie et mode d'intervention)

· Les tensions implicites des méthodes d'intervention

Séance 3 : Obstacles et conditions de réussite des interventions visant au changement

· Facteurs de résistance au changement des individus

· Choisir son mode d'intervention pour surmonter les résistances au changement

· Quelle stratégie de changement pour réussir

Séance 4 : Mise en situation / simulation « change management »

· Le model de Kotter

· Theory E / Theory O

Texte à lire avant la séance : Kotter, J.P. (1995), Leading Change : Why Transformation Efforts Fail, Harvard Business Review, 59 – 67.

Séance 5 : La position particulière des managers (intermédiaires et de proximité) dans la conduite des changements en entreprise

· Le manager à l'interface entre la direction et les opérationnels

· La capacité d'intervention du manager sur le cours du changement

Compétences à acquérir :

Le changement est un phénomène complexe, qui a fait l'objet de nombreuses recherches portant sur différents aspects : ses moteurs (internes externes), son impact (social, technique), sa profondeur (premier, deuxième, troisième ordre), sa dynamique (radicale, incrémentale), les acteurs (individu, groupe), etc. Intervenir dans des organisations quels que soient leur taille, leur secteur d'activité, comme consultant ou comme manager, nécessite d'apprendre à comprendre le changement, savoir en appréhender ses mécanismes, savoir intervenir auprès des acteurs, les accompagner. En effet aujourd'hui, dans un environnement en perpétuel mutation, incertain et indéfini, le changement tend à devenir la règle et non plus l'exception. Former les managers et les consultants de demain impose donc de leur apprendre à appréhender ce phénomène complexe. Ce séminaire propose donc d'aider les étudiants à appréhender la diversité et la complexité des situations de changement, à les analyser pour ensuite intervenir dessus.

Il permettra dans un premier temps de comprendre ce que signifie le mot « changement » dans une large acceptation. Une fois que la complexité de ce phénomène sera assimilée, les différentes méthodes d'intervention en entreprise seront explorées, faisant apparaître leur diversité, leurs points forts et leurs faiblesses, et les tensions quelles sont susceptibles de soulever lorsqu'elles sont déployées au sein des organisations. Après une mise en situation durant laquelle les étudiants seront amenés à conduire eux-mêmes le changement, à engager des actions et à en mesurer les effets sur les individus, le rôle plus particulier les managers intermédiaire en situation de changement sera abordé.

Pré-requis obligatoires

Aucun pré-requis obligatoire

Pré-requis recommandés

Il n'est pas nécessaire d'avoir suivi un cours de conduite du changement pour suivre ce séminaire. Par contre il faut avoir une connaissance des comportements humains dans les organisations.

Mode de contrôle des connaissances :

Les étudiants seront évalués en deux temps :

- 50% : un exposé réalisée en binôme d'un article rattaché à une séance et présenté lors de celle-ci

- 50% : en fin de séminaire, sur la base d'une note issue d'une réflexion personnelle sur les apprentissages réalisés lors de la simulation.

Coefficient : 1

Bibliographie, lectures recommandées :

Séance 1 : Burgelman, R.A., (1991) " Intraorganizational Ecology of Strategy Making and Organizational Adaptation : Theory and Field Research ", Organization Science, Vol 2, N° 3, August 239-262. Bresman, H. 2013. Changing routines A process model of vicarious group learning in pharmaceutical R&D. Academy of Management Journal. 56,(1) 35-61 Langley, Ann; Smallman, Clive; Tsoukas, Haridimos; Van De Ven, Andrew H. 2013. Process Studies of Change In Organization And Management Unveiling Temporality, Activity, And Flow. Academy of Management Journal, 56(1) 1-13 Tsoukas, H. et Chia, R. (2002), On organizational becoming: Rethinking organizational change, Organization Science, 13: 5, 567-582. Van de Ven, A.H., et Poole, M.S. (2005), Alternative Approaches for Studying Organizational Change, Organization Studies, 26: 9, 1377-1404. Greenwood, R. et C.R. Hinings, (1988), « Organizational Design Types, Tracks and the Dynamics of Strategic Change », Organization Studies, Vol. 9, n°3: 293-316. **Séance 2 :** Seo, Putnam & Bartunek (2004). Dualities and tensions of planned organizational change, In M.S. Poole and A.H. Van de Ven Handbook of Organizational Change and Innovation; Oxford University Press: p.73-105 Beech, N., Burns, H., de Caestecker, L., MacIntosh, R., & MacLean, D. (2004). Paradox as invitation to act in problematic change situations. Human Relations, 57(10), 1313-1332. Bartunek, J-M. Balogun, J., Do, B. (2011). Considering Planned Change Anew- Stretching Large Group Interventions Strategically, Emotionally, and Meaningfully. Academy of Management Annals. 5:1, 1-52 **Séance 3:** Beer, M. et Nohria N.(2000), Cracking the Code of Change, Harvard Business Review, 78 : 3, 133-141. Kotter, J.P. (1995), Leading Change : Why Transformation Efforts Fail, Harvard Business Review, 59 - 67. Kotter, J.P., and Schlesinger, L.A. (1979). Choosing Strategies for Change Harvard Business Review: p. 1-10. Senge, P., (1990), « The Leader's New Work : Building Learning Organizations », Sloan Management Review, Fall Vandangeon-Derumez, I. et D. Autissier. (2012). Les réseaux apprenants comme facilitateur du changement, FNEGE rang 4). Vandangeon-Derumez. I. (1998). La dynamique des processus de changement. Revue Française de Gestion, septembre-octobre, n°120, 120-138. (HCERES rang A, FNEGE rang 2, CNRS rang 3). **Séance 4 :** Bareil, C. et J. Gagnon, (2005), Facilitating the individual capacity to change, Gestion 2000, 22 : 5, 177-194. Ford, J., Ford, L., et D'Amelio, A. (2008), Resistance to change: The rest of the story, Academy of Management Review, 33: 2, 362-377. Nutt, Paul C. (1986). Tactics of implementation. Academy of Management Journal., 29 (2,) 230-261. Oreg, S. (2003). Resistance to change: Developing an individual differences measure. Journal of Applied Psychology, 88(4), p. 680-693. **Séance 5 :** Autissier, D. et I. Vandangeon-Derumez. (2007). Les managers de première ligne et le changement. Revue Française de Gestion, 5(174), 115-130. Autissier, D. et I. Vandangeon-Derumez. (2005). Le Management des Cadres dans les Projets de Changement : de la

Prescription à la Participation. Gestion 2000, 22(5), 157-172. Balogun, J. (2003). From blaming the middle to harnessing its potential: creating change intermediaries, British Journal of Management, 14: 1, 69-83. Balogun, J. et G. Johnson (2004). Organizational restructuring and middle manager sensemaking, Academy of Management Journal, 47 : 4, 523-549. Balogun, J., & Johnson, P (2005). From Intended Strategies to Unintended Outcomes: The Impact of Change Recipient Sensemaking. Organization Studies, 26(11): 1573-1601. G. Currie, « The influence of middle managers in the business planning process: a case study in the UK NHS », British Journal of Management, Vol 10, p. 141-155, 1999

Management des alliances et de la coopétition

ECTS : 3

Enseignant responsable : FREDERIC **LE ROY**

Langue du cours : Français

Description du contenu de l'enseignement :

Thème 1 : Stratégie de coopétition

Le premier thème est l'étude des stratégies de coopétition comme source de nouveaux avantages concurrentiels. Les textes présentés et discutés s'attachent tous à établir un lien théorique et empirique entre la stratégie de coopétition et les performances de l'entreprise.

Thème 2 : Le management de la coopétition

Le deuxième thème est la mise en œuvre managériale de la coopétition dans les entreprises. La coopétition est par nature une stratégie paradoxale, à la fois concurrentielle et coopérative. Ce type de stratégie crée des tensions fortes entre les entreprises et au sein des entreprises. De nouvelles formes d'organisation sont donc nécessaires pour manager ces tensions coopétitives.

Thème 3 : Stratégie et management de la coopétition en PME

Les recherches sur la coopétition se sont dans un premier temps centrées sur les grandes entreprises dans les industries de haute technologie. Elles se développent maintenant dans des industries plus traditionnelles et s'intéressent de plus en plus au cas des PME. Les recherches montrent alors que les stratégies de coopétition et leur management dans les PME ont de fortes spécificités qui conduisent à leur dédier des recherches tout aussi spécifiques.

Compétences à acquérir :

A la fin de ce séminaire l'objectif est d'avoir sensibilisé les étudiants au « mindset » coopétitif ainsi qu'aux méthodes d'analyse des situations coopétitives, tant du point de vue stratégique que managérial, que ce soit dans des situations de grands groupes ou de PME

Pré-requis recommandés

Cours de base en Management Stratégique

Mode de contrôle des connaissances :

L'évaluation du séminaire se fait sous la forme de l'analyse d'un cas de coopétition.

Coefficient : 1

Bibliographie, lectures recommandées :

Thème 1 : Stratégie de coopétition. Czakon W., Srivastava M., Le Roy F., Gnyawali D., (2020), "Coopetition Strategies: Critical Issues and Research Directions", Long Range Planning, Vol. 23, n°1, p. (HCERES A, CNRS 2, FNEGE 2). Robert M., Chiambaretto P., Mira B., Le Roy F. (2018), "Better, faster, stronger: the impact of market-oriented coopetition on commercial product performance", M@n@gement**,** Vol. 21, n°1, p. 574–610 Sanou H. Le Roy F., Gnyawali D. (2016), "How Does Centrality in Coopetition Network Matter? Empirical Investigation in the Mobile Telephone Industry", British Journal of Management, Vol. 27, 143–160 Le Roy F., Robert M., Lasch F. (2016), "Choosing the best partner for product innovation: Talking to the enemy or to a friend?", International Studies of Management Organisation, vol. 46, n°2-3, p. 136-158. Le Roy F., Sanou F.H. (2014), « Stratégie de coopétition et performance de marché : une étude empirique », Management International, Vol. 18, n°2, p. 124-139. Bez M. S., Le Roy F., Pellegrin-Boucher E., Goursaud P. (2014), « Le patient anglais : Lorsque l'alliance entre Sanofi et BMS donne naissance à une innovation médicale majeure », in Granata J. et Marques P. (eds), Coopétition : les liaisons dangereuses, Pearson, Paris, p. 125-153. Pellegrin-Boucher E., Le Roy F., Gurau C. (2013), "Coopetitive strategies in the ICT sector: typology and stability", Technology Analysis & Strategic Management, Vol. 25, n°1, p.71-89 Fernandez A. S. et Le Roy F. (2010), « Pourquoi coopérer avec les concurrents ? Une approche par la RBV » Revue Française de Gestion, Vol. 36, n° 204, p. 155-170. **Thème 2 : Le management de la coopétition** Fernandez A.-S., Le Roy F., Chiambaretto P. (2018), "Implementing the right project structure to achieve

coopetitive innovation projects", Long Range Planning, Vol. 51, n°2, p. 384–405. Pellegrin-Boucher E., Le Roy F., Gurau C. (2018), "Managing Selling Coopetition: a case study of the ERP industry", European Management Review, Vol. 15, n°1, p. 37-56 Le Roy F., Czakon W. (2016), "Managing Coopetition: the missing link between strategy and performance", Industrial Marketing Management, Vol. 53, p. 3-6 Le Roy F., Fernandez A.S. (2015), "Managing coopetitive tensions at the working-group level: The rise of the Coopetitive Project Team", British Journal of Management, Vol. 26, 671–688 (HCERES A, CNRS 2, FNEGE 2) Fernandez A-S., Le Roy F., Gnyawali D. (2014), "Sources and Management of Tension in Coopetition: Case Evidence from Telecommunications Satellites Manufacturing in Europe", Industrial Marketing Management, Vol. 43, n°2, p. 222-235 Fernandez A-S., Le Roy F. (2013), « Comment coopérer avec un concurrent ? L'avènement de l'équipe-projet coopétitive », Revue Française de Gestion, Vol. 39, n°232, p. 61-80. **Thème 3 : Stratégie et management de la coopétition en PME** Granata J., Lasch F., Le Roy F., Dana L-P. (2018), "How do micro-firms manage coopetition? A study of the wine sector in France", International Small Business Journal, Vol. 36, 3, pp. 331-355. Mira B., Le Roy F., Robert M. (2017), « La coopétition entre Petites Entreprises : une question de proximité », Revue Internationale PME. Vol. 30, n°3–4, p. 231–259 Granata J., Le Roy F. (2014), « Le management de la coopétition en PME : le cas des vignerons du Pic Saint-Loup », Revue Finance-Contrôle-Stratégie, 17-2, URL : http://fcs.revues.org/1489. Marques P., Robert F., Le Roy F. (2009), "Coopetition between SMEs: an empirical study of French professional football", International Journal of Entrepreneurship & Small Business, Vol. 8, n°1, Special Issue: Coopetition and Entrepreneurship, p. 23-43.

Corporate Finance and Strategy

ECTS : 3

Langue du cours : Français

Description du contenu de l'enseignement :

Ce séminaire a pour objectif de sensibiliser les étudiants aux liens entre finance et stratégie. Il propose de revisiter des thématiques stratégiques sous un angle financier. Il s'articule autour de l'étude de textes académiques sur des thématiques précises à l'intersection de la finance et de la stratégie. Les lectures sont ensuite mobilisées dans différents exercices de synthèse, d'argumentation et de débats. Enfin, ce séminaire permet de mettre en action la lecture, l'analyse et la compréhension de méthodes quantitatives en sciences de gestion ainsi que l'analyse de documents financiers tels que les notices d'OPA.

Compétences à acquérir :

En complément des connaissances liées aux interactions entre finance et stratégie, ce cours permet à l'étudiant de développer une capacité d'analyse des problématiques contemporaines concernant les enjeux stratégiques et financiers. Les étudiants développeront aussi un certain nombre de compétences transversales : analyse, synthèse, présentation orale, lecture de résultats quantitatifs.

Mode de contrôle des connaissances :

- 60 % : devoir sur table.

- 20% : sur la participation individuelle durant les séances (présentation d'articles, implication dans les travaux de groupe…)

- 20 % : sur la qualité des exposés et simulations réalisées en groupe lors des séances de séminaire.

Coefficient : 1

Consulting skills

ECTS : 3

Enseignants : ALARIC **BOURGOIN**, ALEXIS **LASZCZUK**
https://dauphine.psl.eu/recherche/cvtheque/bourgoin-alaric

Langue du cours : Français

Coefficient : 1

SEMESTRE 4

Obligatoire - 12 ECTS

Mémoire

ECTS : 9

Enseignant responsable : STEPHANIE **DAMERON** (https://dauphine.psl.eu/recherche/cvtheque/dameron-stephanie)

Langue du cours : Français

Description du contenu de l'enseignement :

Des ateliers de research design / Epistémologie / writing sont proposé en support à la réflexion et l'avancée du mémoire

Compétences à acquérir :

Être capable de développer une recherche scientifique cohérente en articulant les aspects théoriques et méthodologiques.

Mode de contrôle des connaissances :

Rendu écrit et soutenance

Coefficient : 4

Trophée Stratégie

ECTS : 3

Enseignants : STEPHANIE **DAMERON**, ALAIN **IMBERT**
https://dauphine.psl.eu/recherche/cvtheque/dameron-stephanie

Langue du cours : Français

Optionnels - 18 ECTS

Stratégie, Digital, Données

ECTS : 3

Enseignant responsable : HENRI **ISAAC** (https://henriisaac.fr)

Langue du cours : Français

Description du contenu de l'enseignement :

1. De la mise en données du monde
2. Données, Information, Connaissances et Intelligence artificielle
3. Chaîne de valeur de la donnée et valorisation des données
4. Enjeux organisationnels et humains de la valorisation des données
5. Plateformisation et valorisation des données

Compétences à acquérir :

- Etre capable de distinguer les notions de donnée, information, connaissance, croyance.
- Comprendre les fondements de l'apprentissage machine et de l'apprentissage profond.
- Maîtriser la chaîne de valeur de la donnée
- Appréhender les enjeux organisationnels de la gestion des données
- Analyser les logiques de valorisation économique des données
- Analyser les modalités spécifiques de valorisation des données dans les modèles de plateforme.

Pré-requis recommandés

Une bonne connaissance des logiques et des méthodes de traitement de base de données (OLTP, OLAP, SQL) constitue un pré-requis qui facilite l'appréhension de plusieurs aspects du cours

Mode de contrôle des connaissances :

Analyse d'un cas d'entreprise au travers d'une grille d'analyse (100%).

Bibliographie, lectures recommandées :

Extrait de la bibliographie du cours

- Bostrom N., (2014), Superintelligence. Paths, Dangers, Strategies, Oxford University Press, 415 p.
- Chignard S., Benyayer L.D., (2015), Datanomics : Les nouveaux business models des données, éditions FYP, p. 87.
- Childe S.J., (2017), Big data analytics and firm performance: effects of dynamic capabilities, Journal of Business Research, Vol.70, pp. 356-365
- CIGREF (2016), Valorisation des données dans les grandes entreprises. Maturité, pratiques et modèles, Rapport du CIGREF, novembre.
- Frisk, J. and Bannister, F. (2017), "Improving the use of analytics and big data by changing the decision-making culture: A design approach", Management Decision, Vol. 55 No. 10, pp. 2074-2088. https://doi.org/10.1108/MD-07-2016-0460
- Gandomi A., Haider M. (2015), Beyond the hype: Big data concepts, methods, and Analytics, International Journal of Information Management, Vol. 35, n°2, pp 137–144
- Gregory A., (2011), « Data Governance – Protecting and Unleashing the Value of your Customer Data Assets », Journal of Direct, Data and Digital Marketing practice, vol. 12, n° 3, pp. 230-248.
- Grover V., Chiang R. H. L., Liang T., Zhang D., (2018), “Creating Strategic Business Value from Big Data Analytics: A Research Framework,” Journal of Management Information Systems, Vol.35, n°2, pp. 388-423.
- Gupta M., George J.F., (2016), Toward the development of a big data analytics capability, Information Management, Vol. 53, n°8, pp. 1049-1064
- Harris J. G., Mehrotra V., (2014), « Getting value from your data scientists », MIT Sloan Management Review, 56, (1), pp. 15-18
- Hartmann et al., “Big Data for Big Business? A Taxonomy of Data-driven Business Models used by Start-up Firms”, working paper, University of Cambridge.
- Hitt, L. M., Jin, F., Wu, L., (2016), Data Analytics Skills and the Corporate Value of Social Media, Kelley School of Business Research Paper No. 16-61
- Isaac H., (2016), « Données, valeur et business model », Les Cahiers Scientifiques, n°21, p. 18.
- Isaac H., (2018), ‘La donnée, une marchandise comme les autres ?’, Enjeux numériques, n°2, juin, p. 20.
- Isaac H., (2018), « La donnée numérique, bien public ou instrument de profit », Pouvoirs, n° 164, p. 75-86.
- Isaac H., (2020), « Stratégie et Intelligence artificielle », Annales des Mines, Enjeux Numériques, n°12, Décembre, pp. 23-30
- Isaac H., (2021), Business models de plateformes, Vuibert, 269 p.

Business Model

ECTS : 3

Enseignant responsable : LIONEL **GARREAU** (https://dauphine.psl.eu/recherche/cvtheque/garreau-lionel)

Langue du cours : Français

Description du contenu de l'enseignement :

Le concept de business model a fait irruption dans la littérature académique au tournant des années 2000 pour caractériser de nouvelles manières de créer, distribuer et capter de la valeur. Il est aujourd’hui largement employé par les managers, entrepreneurs ou investisseurs. Il s’est diffusé rapidement dans de nombreux domaines de la gestion comme la stratégie et l’entrepreneuriat, mais aussi les systèmes d’information ou encore le marketing. Différentes approches du business model permettent d’appréhender des enjeux variés. En outre, le concept de business model alimente des pans entiers de développement d’entreprises qui se fondent sur des innovations sociales et environnementales. Le séminaire vise à dresser un état des lieux des recherches actuelles et les questions qui sont encore à explorer.

Compétences à acquérir :

A l’issue du séminaire, les auditeurs devront être capables de comprendre la spécificité et l’apport du concept à la littérature en management et son opérationnalisation dans les recherches ainsi que leur mobilisation dans des contextes de conseil ou d'entrepreneuriat.

Mode de contrôle des connaissances :

Les auditeurs seront évalués

· en contrôle continu selon les travaux et présentations relaissés en séance (50%),

· et sur la rédaction d’un dossier au choix (50%) :

o Mini-cas analysant une innovation de business model et ses implications organisationnelles et stratégiques en s'appuyant sur les modèles et concepts vus en cours (10 pages)

o Position paper : réalisation d'une revue de littérature problématisée aboutissant à une question de recherche (10 pages).

Coefficient : 1

Bibliographie, lectures recommandées :

Demil B., Lecocq X. (2010), "Business Model evolution: In search of dynamic consistency", Long Range Planning, 43, 2/3, 227-246.

Hahn, T., & Tampe, M. (2021). Strategies for regenerative business. Strategic Organization, 19(3), 456–477. doi: 10.1177/1476127020979228

Massa, L., Tucci, C. L., & Afuah, A. (2016). A Critical Assessment of Business Model Research. Academy of Management Annals, 11(1), 73–104. doi: 10.5465/annals.2014.0072

Roussignol, N. and Garreau, L. (2024). Shifting from an analytical paradigm to a systems paradigm: A fundamentally systemic approach of the business model concept to tackling complexity. Scandinavian Journal of Management, 40(4), 101370. https://doi.org/10.1016/j.scaman.2024.101370

Innovation managériale et stratégique

ECTS : 3

Enseignants : RACHEL **BOCQUET**, SEBASTIEN **DAMART**
https://dauphine.psl.eu/recherche/cvtheque/bocquet-rachel
https://dauphine.psl.eu/recherche/cvtheque/damart-sebastien

Langue du cours : Français

Description du contenu de l'enseignement :

Séance 1. Innovation stratégique

1. L'innovation : du champ a l'objet de recherche

1.1. Constats théoriques et empiriques sur l'innovation

1.2. Typologies de l'innovation

2. Perspectives et théories de l'innovation : des antécédents aux effets de l'innovation

2.1. Les deux perspectives de l'innovation : « Competition and performance » vs. « Adaptation and progression »

2.2. Les théories associées à ces deux perspectives

2.3. L'innovation comme processus ou résultat

2.4. Les antécédents de l'innovation

2.5. Les effets de l'innovation

3. Essai de synthèse : un cadre multidimentionnel de l'innovation

4. Voies d'approfondissement : l'innovation ouverte

Séance 2. Innovation managériale

1. L'innovation en management

a. Illustrations introductives

b. Périmètre et définitions

c. Différentes approches de l'innovation managériale

2. Perspective contextuelle de l'innovation managériale

a. Contexte organisationnel et ruptures de trajectoires

b. Le processus d'adoption de l'IM

c. Analyse du cas Coloplast

3. Perspective conceptuelle de l'innovation managériale

a. L'IM comme combinaison de briques conceptuelles génériques

b. Filiations généalogiques des objets de management

c. Analyse des cas TQM, BPR et ABC

4. Processus de diffusion des innovations managériales

a. Légitimité, étiquetage et ambigüité pragmatique

b. Approche écologique et darwinienne

c. Modes et mécanismes rhétoriques

Compétences à acquérir :

- Positionner les différentes théories de l'innovation dans leur champ de référence, de saisir leur complémentarité/substituabilité ;

- Mobiliser une théorie de l'innovation à bon escient, d'en saisir la portée et les limites ;

- S'approprier les derniers développements dans le champ de l'innovation de manière autonome ;

- Répondre à une préoccupation managériale dans le champ de l'innovation en mobilisant une démarche scientifique rigoureuse.

Mode de contrôle des connaissances :

Séance 1

- Dossier collectif visant à répondre à une préoccupation concrète d'un dirigeant exprimée dans le cadre de la chaire de recherche Innovation Ouverte, Prospective et Management 4.0 à l'Ere du Numérique (IOPEN)

Séance 2

- Dossier collectif court (de 5 à 10 pages) d'analyse critique d'un objet de management présumé innovant (à titre d'illustration : analyse critique du prêt de main d'œuvre chez Orange, comme objet de management présumé innovant)

Coefficient : 1

Approche systémique de la stratégie et de l'organisation

ECTS : 3

Langue du cours : Français

Coefficient : 1

Marketing, Stratégie et Digital

ECTS : 3

Enseignant responsable : CHRISTOPHE **BENAVENT** (https://dauphine.psl.eu/recherche/cvtheque/benavent-christophe)

Langue du cours : Français

Coefficient : 1

Relations Etats-Entreprise

ECTS : 3

Enseignant responsable : STEPHANIE **DAMERON** (https://dauphine.psl.eu/recherche/cvtheque/dameron-stephanie)

Langue du cours : Français

Coefficient : 1

Histoire et gouvernance de l'entreprise

ECTS : 3

Enseignant responsable : BLANCHE **SEGRESTIN** (https://dauphine.psl.eu/recherche/cvtheque/segrestin-blanche)

Langue du cours : Français

Coefficient : 1

Economie circulaire

ECTS : 3

Enseignant responsable : FRANCK **AGGERI** (https://dauphine.psl.eu/recherche/cvtheque/aggeri-franck)

Langue du cours : Français

Description du contenu de l'enseignement :

Ce séminaire porte sur la présentation des enjeux contemporains de l'économie circulaire (l'histoire de la notion et des pratiques, les politiques publiques) et l'analyse des pratiques et stratégies des entreprises sous l'angle des modèles d'affaires et la conduite de projets d'économie circulaire correspondant aux principales boucles de circularité (recyclage, réparation, réemploi, reconditionnement et économie de fonctionnalité). L'objectif de ce séminaire est de faire réfléchir les élèves aux enjeux, obstacles et stratégies d'une transition d'un modèle dit de « l'économie linéaire » (extraire-produire-consommer-jeter), aujourd'hui dominant, à un modèle dit « d'économie circulaire » fondé sur un bouclage des flux de matières, d'énergie et de produire, souvent résumé au triptyque : réduire, réutiliser et recycler. Pour leur faire comprendre les défis d'une telle transition, généralement sous-estimés par les acteurs économiques et dans la littérature, l'enjeu de ce séminaire est de les faire travailler en groupe sur des thématiques actuelles ciblées qui leur seront présentées lors de la première séance. Ils devront en effet conduire une mini-recherche de groupe sous la forme d'une enquête empirique complétée par un travail bibliographique répondant aux critères d'une bonne recherche (proposition d'une problématique, traçabilité des sources, comptes-rendus des entretiens, éventuellement codés, présentation des résultats, discussion, bibliographie…). Ce travail sera présenté en séance et fera l'objet d'une discussion critique avec la salle.

L'équipe enseignante est spécialisée sur cette thématique sur laquelle elle mène des recherches collaboratives, historiques et conceptuelles depuis 10 ans qui ont conduit à une dizaine de publications dans des revues académiques francophones et internationales, la production d'un Repères à la Découverte en 2023 (l'économie circulaire) et d'un livre collectif paru aux presses des Mines en 2024 : « Economie circulaire : imaginaires et pratiques ». Franck Aggeri est, par ailleurs, codirecteur de la chaire « mines urbaines », dédiée à l'économie circulaire et coresponsable du certificat exed économe circulaire Mines Paris/Dauphine.

Compétences à acquérir :

Pré-requis obligatoires

Aucun

Pré-requis recommandés

Lecture d'articles et ouvrages sur l'économie circulaire, la RSE et la durabilité à l'échelle des entreprises.

Mode de contrôle des connaissances :

Le séminaire est composé de 5 séances de 3 heures. Trois séances introductives sont prévues pour introduire les enjeux contemporains de l'économie circulaire, l'histoire du concept et des pratiques, les différentes stratégies de circularité actuellement expérimentées par les entreprises, illustrées par des cas empiriques concrets, et les conditions pour conduire des projets d'économie circulaire (conception d'écosystèmes, compétences spécifiques, méthodes et outils de gestion). Des articles scientifiques seront distribués avant chaque cours pour permettre un échange avec les étudiants après la présentation des enseignants. Lors de la première séance, les sujets pour le travail en groupe, les attendus méthodologiques et le format pour la restitution seront présentés. Les deux dernières séances seront consacrées à la restitution de travaux de groupe (1h30 par groupe pour la présentation orale et la discussion). Chaque groupe, de 3 ou 4 élèves (en fonction du nombre de participants), explorera une thématique proposée par les enseignants lors de la première séance. Une bibliographie indicative sera donnée pour chaque thématique. Les élèves devront mener une mini-enquête empirique sous la forme d'entretiens avec des acteurs pertinents en lien avec la thématique. L'équipe enseignante pourra les guider dans la sélection d'acteurs à interviewer mais il est recommandé qu'ils prennent des initiatives en la matière. Il est également recommandé qu'ils mobilisent des sources bibliographiques (articles scientifiques et littérature grise) au-delà de celles qui leur auront été données.

L'évaluation prendra deux formes : 1) la restitution des résultats de l'enquête sous la forme d'un exposé oral, 2) un rapport écrit d'une dizaine de pages qui présente la problématique, le matériau collecté, les résultats obtenus, une discussion et qui pourra inclure une annexe sur le matériau empirique collecté (compte rendu d'entretien, compte rendu d'observations de terrain…). La participation orale dans les séances sera également prise en compte dans l'évaluation finale.

Coefficient : 1

Bibliographie, lectures recommandées :

•Acquier, A., Aggeri, F., Carbone, V. et al. (2024), Imaginaires et pratiques de l'économie circulaire, Presses des mines, Paris.

•Aggeri F., Beulque R. et Micheaux H. (2023), L'économie circulaire, Repères, la Découverte •Arnsperger C. et Bourg D. [2017], Écologie intégrale. Pour une société permacirculaire, PUF, Paris.

•Aggeri, F. (2023), L'innovation, mais pour quoi faire ? Essai sur un mythe économique, social et managérial, Le Seuil, Paris.

•Barles S. (2005), L'Invention des déchets urbains. France, 1790- 1870, Champ Vallon, Seyssel. Baudrillard J. [1970], La Société de consommation, Denoël, Paris. •Bocken N. M., De Pauw I., Bakker C. et Van der Grinten B. (2016), « Product design and business model strategies for a circular economy », Journal of Industrial and Production Engineering, vol. 33, n° 5.

•Braungart M. et McDonough W. (2002), Cradle to Cradle. Remaking the Way we Make Things, Rodale Press.

•Fondation Ellen MacArthur (FEM) (2012), Vers une économie circu- laire, vol. 1, Arguments écono- miques en faveur d'une transition accélérée.

•Kirchherr J., Reike D. et Hekkert M. (2017), « Conceptualizing the circular economy : an analysis of 114 definitions », Resources, Conservation and Recycling, vol. 127, p. 221-232.

• Millar N., McLaughlin E. et Borger T. (2019), « The circular economy : swings and round- abouts ? », Ecological Economics, vol. 158.

• Niessen L. et Bocken N. (2021), « How can businesses drive sufficiency ? The business for sufficiency framework », Sustainable Production and Consumption, vol. 28, p. 1090-1103.

•Ntsondé J. et Aggeri F. (2021), « Stimulating innovation and creating new markets : the potential of circular public procurement », Journal of Cleaner Production, vol. 308,

En savoir plus sur le cours :https://cgs.minesparis.psl.eu

Partenariats intersectoriels & Grands défis sociétaux

ECTS : 3

Enseignant responsable : SIMON **PORCHER** (https://dauphine.psl.eu/recherche/cvtheque/porcher-simon)

Langue du cours : Français

Description du contenu de l'enseignement :

Les partenariats intersectoriels représentent une innovation sociale dans laquelle des acteurs de différents secteurs s'unissent intentionnellement pour répondre à des enjeux qui engagent activement les différents partenaires. Ils émergent de la reconnaissance que la résolution des problèmes publics complexes d'aujourd'hui, ce que l'on appelle parfois les « grands défis sociétaux », nécessite l'implication de multiples parties prenantes. Bien que prometteuses, ces innovations ne sont pas une solution miracle : la mise en place d'un partenariat et son animation sont difficiles en raison des barrières institutionnelles, du comportement des parties, et de différents facteurs environnementaux.

Ce cours a pour objectif d'initier les étudiants aux partenariats intersectoriels, à leurs défis et à leur amélioration. Le cours est structuré autour de l'engagement des étudiants et de l'apprentissage sur des cas de collaboration dans divers contextes géographiques et à différents niveaux d'action : local, national et mondial. À travers des cadres théoriques et des cas pratiques, les étudiants apprennent les outils pertinents pour collaborer et designer des partenariats efficaces, explorent les hypothèses des parties prenantes de chaque secteur, clarifient et remettent en question leurs propres hypothèses et préjugés sur chaque secteur, et identifient les éléments nécessaires à un bon leadership dans ces formes de partenariat.

Le cours repose sur des lectures académiques et la résolution d'études de cas en classe.

L'objectif du cours est aussi de répondre aux questions suivantes :

- Qu'est-ce qu'un partenariat intersectoriel?

- Pourquoi certaines activités doivent-elles être réalisées par plus d'une organisation, et de différents secteurs?

- Pourquoi les organisations à but non lucratif collaborent-elles avec d'autres organisations et/ou d'autres secteurs ?

- Quelles sont les formes possibles de partenariats ?

- Comment se déroule le processus de collaboration?

A la fin du cours, les étudiants seront capables de :

- Reconnaître les éléments clés et les types de partenariats intersectoriels, et identifier les moyens de s'y engager.

- Comprendre les concepts et paradigmes des secteurs public, non lucratif et commercial, et intégrer de nouvelles perspectives.

- Analyser des cas de partenariats intersectoriels dans divers contextes et créer un projet de collaboration fictif.

- Identifier les compétences et outils nécessaires pour un leadership collaboratif efficace.

Compétences à acquérir :

Compétences spécifiques à la discipline. Développer la capacité des étudiants à analyser les décisions stratégiques des organisations et à comprendre le concept de partenariats efficaces.

Compétences cognitives et intellectuelles. Contribuer au développement de la pensée critique et de la prise de décision en management stratégique, tant au niveau individuel que collectif. La collecte et la gestion de l'information sont essentielles pour évaluer les options stratégiques et prendre des décisions éclairées.

Compétences transférables. Les cas pratiques réels aident les étudiants à faire le lien entre la théorie et la pratique.

Importance de la prise de décision stratégique dans le cadre de la Responsabilité Sociétale des Entreprises. La capacité à travailler en groupe dans un environnement multiculturel est essentielle.

Mode de contrôle des connaissances :

- Contrôle continu: 50%.

- Examen: 50%.

Coefficient : 1

Bibliographie, lectures recommandées :

- Porcher, S. « La fin de l'eau ? », Fayard, 2024.

- George, G., Howard-Grenville, J., Joshi, A., & Tihanyi, L. (2016). Understanding and tackling societal grand challenges through management research. Academy of management journal, 59(6), 1880-1895.

- Bryson, J., Crosby, B., & Stone, M. M. (2006). The design and implementation of crosssector collaborations: Propositions from the literature. Public Administration Review, 66(s1), 44-55.

- Porter, Michael and Mark Kramer. (2011). Creating Shared Value: How to fix Capitalism and Unleash a New Wave of Growth. The Harvard Business Review, Jan- Feb: 4-17.

- Frydlinger, D., Hart, O., & Vitasek, K. (2019). A new approach to contracts. Harvard Business Review, 97(5), 116-125.

- Hart, O., & Vitasek, K. (2019). The inherent failures of long-term contracts – and how to fix them. Harvard Business Review podcast 698.

Confiance et management

ECTS : 3

Enseignant responsable : FABIEN **BLANCHOT** (https://dauphine.psl.eu/recherche/cvtheque/blanchot-fabien)

Langue du cours : Français

Description du contenu de l'enseignement :

1- Le concept de confiance : une nébuleuse

Panorama des recherches sur la confiance

Définitions et mesures de la confiance

Controverses sur le concept

2- Les effets de la confiance : désirabilité et face cachée

Pourquoi s'intéresse-t-on tant à la confiance ?

Quels effets empiriques constatés ?

3- Les mécanismes générateurs de la confiance : trustor, trustee et contexte

Que sait-on sur la fabrique de la confiance ?

Que sait-on sur les mécanismes de sa régénération quand elle a été altérée ?

4- Management de la confiance et par la confiance : sens et réalités

Quelle place de la confiance dans le management et les modèles de management ?

Compétences à acquérir :

Savoir décrypter le sens que les praticiens et chercheurs attribuent au mot confiance quand ils l'utilisent.

Comprendre pourquoi la confiance est un sujet important en management (et au-delà).

Savoir susciter ou redynamiser la confiance en comprenant ses mécanismes générateurs.

Comprendre la place de la confiance dans le management et les modèles de management.

Mode de contrôle des connaissances :

1 fiche de lecture (30%) - travail individuel

1 revue de littérature d'une dizaine de pages sur une relation trustor-trustee (70%) - travail individuel ou en binôme

Coefficient : 1
