

**UNIVERSITE TOULOUSE 1
INSTITUT D'ADMINISTRATION DES ENTREPRISES**

ANNEE UNIVERSITAIRE 2009 - 2010

**MASTER MANAGEMENT DE L'INNOVATION
2ÈME ANNÉE**

**RESPONSABLE
HELENE DELACOUR**
Maître de Conférences en Sciences de Gestion

Institut d'Administration des Entreprises
2 rue du Doyen Gabriel Marty - 31042 Toulouse cedex 9
Tél. : (+33) 05 61 63 56 00 - Fax : (+33) 05 61 63 56 56
e-mail : marion.thamalet@iae-toulouse.fr
www.iae-toulouse.fr

Présentation générale

Le Master Management de l'Innovation a pour objectif de former des cadres spécialisés dans la gestion de l'innovation au sein des PME, des groupes industriels et des sociétés de service. Il prépare plus particulièrement à la gestion des projets d'innovation, au lancement de produits nouveaux, à la gestion des produits de haute technologie et à la mise en place d'activités de service à forte valeur ajoutée. Les connaissances et savoir faire dispensés préparent à l'accompagnement du changement dans les organisations.

Le diplôme est composé de deux années d'études (4 semestres) totalisant 120 crédits ECTS (European Credit Transfert System).

La deuxième année (M2) vise l'approfondissement des connaissances et savoir faire liés aux questions et aux outils de management de l'innovation, la préparation d'un projet professionnel, la réalisation d'une mission longue en entreprise sur un thème relatif à l'innovation (6 mois de stage).

Le Master Management de l'Innovation permet également la validation d'un **parcours Recherche** qui prépare les étudiants au Doctorat en Sciences de Gestion.

L'accès en 2ème année du Master Management de l'Innovation (M2) est ouvert

- aux étudiants ayant validé les **60 crédits de la 1ère année du Master Management de l'Innovation** ; et satisfait aux conditions d'évaluation des unités d'enseignement spécifique.
- aux étudiants de **5e année de l'INSA**, dans le cadre d'une convention de partenariat ;
- aux étudiants ayant validé **60 crédits** d'une autre 1ère année de Master Gestion, aux titulaires d'une Maîtrise, d'un diplôme d'Ingénieur, d'un diplôme d' Ecole supérieure de commerce ou de tout autre diplôme jugé équivalent, après examen de leur dossier académique et réussite à un test de sélection.

Programme M2 (60 crédits)

Le premier semestre de la spécialité Management de l'Innovation comporte les unités d'enseignement suivantes :

- UE 1** ingénierie financière **(6 ects, 51h CM)**
- UE 2** marketing des produits et services innovants **(6 ects, 51h CM)**
- UE 3** ingénierie juridique **(6 ects, 33h CM)**
- UE 4** gestion de projet **(6 ects, 33h CM)**
- UE 5** stratégie d'innovation **(6 ects, 51h CM)**
- UE 6** projet tutoré **(6 ects, 60h TD)**
- UE 7** veille concurrentielle et stratégique **(6 ects, 18h CM)**
- UE 8** entrepreneuriat **(6 ects, 42h CM)**
- UE 9** stage ou mémoire de recherche **(12 ects, 30h TD)**

Les étudiants désireux de poursuivre vers un doctorat de sciences de gestion, doivent réaliser un mémoire de recherche et valider les 3 unités d'enseignement spécifiques UE10 ; UE11 ; UE12 par substitution aux 3 unités d'enseignement professionnelles UE4 ; UE6 ; UE7.

- UE 10** protocole de recherche **(7 ects, 24h CM)**
- UE 11** méthode de recherche **(7 ects, 51h CM)**
- UE 12** théorie des organisations **(4 ects, 21h CM)**

Insertion professionnelle

Ingénieur chargé d'affaires, consultant junior, ingénieur conseil en innovation, assistant chef de projet R&D, assistant responsable conception et développement, assistant chef de produit, assistant responsable knowledge management, responsable veille technologique, responsable Intranet, cyberveilleur.

| M2 UE 1 | Théorie financière | ECTS 6 HCM 21 |
|---|--------------------|------------------|
| Responsable du Cours : Catherine Casamatta, professeur | | |
| <p>Contenu pédagogique :</p> <p>I- Rappel de notions fondamentales de finance d'entreprise</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Evaluer un projet d'investissement : VAN, indice de rentabilité, TRI coût du capital. 2. Utiliser les informations comptables pour évaluer un projet : de la capacité d'autofinancement au tableau de financement 3. Evaluation de projets et fiscalité 4. De l'évaluation au financement <p>II- Les spécificités du financement de l'innovation</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Les acteurs du financement de l'innovation : aides publiques et capital-investissement 2. Les modes de financement: <ul style="list-style-type: none"> • contexte fiscal et spécificité des actifs • la nécessité de protéger les investisseurs • La nécessité de protéger les innovateurs <p>III- Les opérations sur les marchés financiers</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Les introductions en bourse sur le nouveau marché 2. Les offres publiques d'achat 3. Les opérations de transmission : LBOs | | |
| Format pédagogique : Etude de cas et exercice | | |
| Pré-requis : Cours de finance fondamentale | | |
| Evaluation : Examen et etude de cas | | |
| <p>Bibliographie indicative :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Principes de Gestion Financière, Richard Brealey et Stewart Myers, 7^{ème} édition, ed. Pearson Education • Financial Markets and Corporate Strategy, Mark Grinblatt et Sheridan Titman, ed. Irwin Mc Graw Hill • Finance d'entreprise, Pierre Vernimmen, ed. Dalloz • Venture Capital at the Crossroads, William Bygrave et Jeffry Timmons, ed. Harvard Business School Press. • The Venture Capital Cycle, Paul Gompers et Josh lerner, ed. MIT Press, 1999 • Aspects of Financial Contracting in Venture Capital, William Sahlman, Journal of Applied Corporate Finance 1, 1998 • The Structure and Governance of Venture Capital Organizations, William Sahlman, Journal of Financial Economics 27, 1990 • Encyclopédie de l'innovation, sous la direction de Philippe Mustar et Hervé Penan, ed. Economica, 2003 | | |

M2 UE 1

Value creation from risk management

**ECTS 6
HCM 21**

Responsable du Cours : Thomas-Olivier Léautier, Professor of Management

Contenu pédagogique :

While there have been significant advances in the theory and practices of corporate risk management, most firms still have an imperfect view of risk management's contribution to value creation. As a result, many firms use risk management only as a defensive tool, and do not capture the full value-creation potential.

This course aims to present state-of-the-art risk management techniques and practices, with particular emphasis on value creation. It covers both theoretical results as well as practical approaches. For this reason, it includes three practical projects.

Thèmes abordés :

1. Theoretical bases: how does risk management create value?
2. Risk management practices: what do companies do?
3. Risk measurement
4. Risk management strategy: which hedging/equity mix for which companies?

Format pédagogique : Lectures and in-class exercises and projects.

Pré-requis : None.

Evaluation : Team project: risk analysis of a corporation

Bibliographie indicative :

- Léautier, T.-O., Corporate Risk Management for Value Creation, Risk Books, London, 2007
- Culp, C., 2002, The revolution in corporate risk management: a decade of innovations and products, Journal of Applied Corporate Finance vol. 14, No. 4, 8-26.
- Merton, R. C., You have more capital than you think, November 2005, Harvard Business Review
- Hausalter, G. D., 2000, Financing policy, basis risk, and corporate hedging: evidence from oil and gas producers, The Journal of Finance, vol. 55, No. 1, 107-152.
- Geczy C., B. A. Minton, and C. Schrand, 1997, Why firms use currency derivatives, The Journal of Finance, Vol. 52, No. 4.

| M2 UE 1 | Evaluation de projets risqués | ECTS 6 HCM 9 |
|--|-------------------------------|-----------------|
| Intervenant extérieur : François Cavalié | | |
| <p>Contenu pédagogique :</p> <p>Le cours a pour vocation de proposer aux étudiants une approche complète de l'ingénierie financière de l'innovation avec ses spécificités. Le domaine du capital-risque est abordé pour illustrer à travers des cas pratiques le financement des entreprises en amorçage ou en création.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1- Présentation du capital investissement et scoop sur le capital-risque Guide du capital risque Démarche en cinq étapes des relations créateurs/investisseurs Inventaire des intervenants : ANVAR, Sofaris, etc. 2- La présentation aux investisseurs Le business plan La logique stratégique et sa traduction dans le plan de financement Les diligences et audits 3- Les documents organisant une entrée au capital Le choix des modalités : valeurs mobilières simples et composées Pacte d'actionnaires Conventions d'investissement Déclarations et Garanties 4- Les évaluations et les performances de l'investissement Méthodes d'évaluation Calcul de TRI 5- La sortie Logique et organisation Introduction au Nouveau Marché Sortie industrielle | | |
| Format pédagogique : Etude de cas et exercice | | |
| <p>Pré-requis :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Connaissance en comptabilité, - Bases financières élémentaires - Capacité à apprécier une approche stratégique | | |
| <p>Evaluation :</p> <p>Evaluation sous la forme d'un exercice à partir d'un cas de financement simple pour mesurer la compréhension des mécanismes de choix des valeurs mobilières et des évaluations financières des sociétés innovantes</p> | | |
| <p>Bibliographie indicative :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le guide du capital-investissement AFIC 2003 • Tout savoir sur le capital investissement Gualino Editeur 2005-03-21 • Financer l'innovation des PME Economica 1996 | | |

Responsable du Cours : Stéphane Magne, Maître de Conférences

Contenu pédagogique :

- Comprendre ce qu'est le design
- Rendre l'innovation visible (et lisible) grâce au design
- Savoir mener une étude qualitative (par entretiens ou focus group)
- Savoir utiliser Sphinx Lexica pour :
 - faire un questionnaire multimédia
 - analyser des données textuelles
 - réaliser des études quantitatives web

Thèmes abordés :

1. Première partie (9 heures) : Design et consommateurs

- 1.1. Définitions du design
- 1.2. Les courants du design : évolution historique des formes
- 1.3. Le design de packaging
- 1.4. Approche socioculturelle du design
- 1.5. L'expérience esthétique du consommateur

2. Deuxième partie (24 heures) : études qualitatives et études quantitatives

- 2.1. Les fondamentaux des études qualitatives
- 2.2. Les techniques d'entretien individuel
- 2.3. Organisation d'une table ronde
- 2.4. Analyses lexicales sous Sphinx Lexica
- 2.5. Questionnaire et études on line

Contenu des Travaux Dirigés

- Elaboration d'un guide d'entretien / d'animation
- Simulations d'entretien
- Elaboration d'un questionnaire sous Sphinx Lexica
- Prise en main de Sphinx, le questionnaire, codage et premiers traitements des données, module multimédia Euréka, mise en ligne du questionnaire
- Analyse des données (univariées, bivariées et multivariées) appliqués au design de produit

Format pédagogique : cours, mises en situation, pratique des logiciels en salle informatique

Pré-requis : Cours de statistiques fondamentales

Evaluation :

Rapport à remettre par groupe de 5-6 personnes maximum

1. Choisir une catégorie de produit de grande consommation pour laquelle le design semble important (Ex: produits de soins hommes, cosmétiques femmes, rouges à lèvres,

DVD...) : cf. sujets proposés

2. Faire une recherche documentaire complète (tendances du marché, produits concurrents...)
3. Élaborer un guide d'animation d'une table ronde de 8/10 consommateurs filmée et retranscrite
4. Analyse lexicale de type AFC sous Sphinx Lexica
5. Si questionnaire : Analyser les données (analyses bi et multivariées)
6. Développer les recommandations

Bibliographie indicative :

- Borja de Mozota, Design Management, Editions d'Organisation
- Finizio, (en collaboration avec Magne et Ben Youssef) Design et Marketing, ESKA
- Brand Design, Sbalchiero, Bassani, Ben Youssef et Magne, De Boeck
- Wonnacott et Wonnacott, Statistique, Economica
- Ganassali, Les enquêtes par questionnaire sous Sphinx, Pearson Education
- Malhotra, Décaudin et Bouguerra, Etudes SPSS, Pearson Education (inclus le CD de SPSS)

| M2 UE 2 | Stratégie high tech | ECTS 6 HCM 21 |
|--|---------------------|------------------|
| Intervenant extérieur : Alain Faivre-Dupaigre | | |
| <p>Contenu pédagogique :</p> <p>Vendre et promouvoir la hi-tech dans les marchés de grand public</p> <p>Thèmes abordés :</p> <ul style="list-style-type: none"> - La high-tech de la distribution traditionnelle à la distribution Grand-Public. - L'adoption de la high-tech, acquéreurs potentiels, marchés. - La définition des objectifs. Impacts de l'internationalisation. - High-tech et TradeMarketing. - Le 'labyrinthe' de la Grande Distribution. - Crossing the chasm'. - L'effet ' food store ' en Europe. - Stratégies produits contre Saisonnalités. - Sell-up ' : la survie. - Nouvelles formes de distribution, évolutions. | | |
| Format pédagogique : Etude de cas et jeu de rôles | | |
| Pré-requis : La lecture des cas avant le cours est impérative | | |
| Evaluation : Etude de cas | | |
| <p>Bibliographie indicative :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Remise en cours | | |

| | | |
|--|-----------------------------|---------------------------------|
| M2 UE 3 | Ingénierie juridique | ECTS 6 H CM 12 |
| Responsable du Cours : Jacques Larrieu, Professeur | | |
| Thèmes abordés : <ol style="list-style-type: none"> 1. Introduction générale à la propriété intellectuelle <ul style="list-style-type: none"> ▪ Droit d'auteur ▪ Marques ▪ Brevet d'invention 2. La protection juridique des données 3. Protection juridique des logiciels (par le droit d'auteur, par le droit des brevets) 4. Propriété intellectuelle et internet (noms de domaines, mise à disposition, téléchargement d'oeuvres de l'esprit) | | |
| Format pédagogique : Cours | | |
| Pré-requis : Notions fondamentales de droit | | |
| Evaluation : Examen | | |
| Bibliographie indicative : <ul style="list-style-type: none"> • Aubert, JL (1996) « Le contrat ». Dalloz • Blaise, JB (1999) « Droit des affaires ». LGDJ • Vidal, D (1998) « Droit des sociétés ». LGDJ • Vivant, M (1997) « Le droit des brevets d'invention ». Dalloz • Bertrel, JP et Jeantin, M (1990) « Droit de l'ingénierie financière ». Litec • Larrieu, J (2005) « Droit de l'Internet ». Ellipses • Schmidt J « Le droit des marques ». Dalloz, coll Connaissance du Droit | | |

| | | |
|---|-----------------------------|---------------------------------|
| M2 UE 3 | Ingénierie juridique | ECTS 6 H CM 12 |
| Responsable du Cours : Jérôme Fischer | | |
| Thèmes abordés : propriété industrielle - droit des brevets – rédaction de brevets | | |
| Format pédagogique : cours magistraux et exercices pratiques | | |
| Pré-requis : notions en propriété industrielle | | |
| Evaluation : contrôle continu | | |
| Bibliographie indicative : http://www.epo.org/index_fr.html | | |

| | | |
|---------------|--|---------------------------|
| M2 UE4 | Ingénierie de la conception et gestion de projet Enseignement « Gestion de projet » | ECTS 6 H CM 33 |
|---------------|--|---------------------------|

Responsable de l'enseignement : Sandrine FERNEZ-WALCH, Maître de Conférences, IAE de Toulouse.
Intervenant extérieur : J.-J. Cousty (Renault).

Contenu pédagogique :

Objectif pédagogique de l'enseignement

Permettre aux étudiants, dès leur stage ou/et lors de leur première embauche, d'assister un chef de projet, voire de conduire eux-mêmes un petit projet dans une entreprise.

Déroulement de l'enseignement

- Module de mise à niveau des connaissances ;
- Module d'approfondissement articulant des séances d'apprentissage (connaissances théoriques, études de cas) et le témoignage d'un professionnel.
- Module de mise en pratique par les étudiants, dans le cadre d'un projet d'innovation fictif, des outils et des concepts du management de projet.

Pré-requis : Aucun.

Evaluation : travail de groupe visant à imaginer comment une entreprise innovante a pu s'organiser et conduire un projet de développement de nouveau produit ; la note porte sur un rapport final et un exposé final. Note modulée en fonction de la progression du groupe.

Bibliographie :

• **Ouvrages de base**

ASQUIN A., PICQ T. (2007), *Manager un projet pour la première fois : De l'idée à la réalisation*, Eyrolles.
CORBEL J.-C. (2005), *Management de projet, fondamentaux, méthodes, outils*, Ed. d'Organisation, 2^{ème} édition.
FERNEZ-WALCH S. (2000), *Management de nouveaux projets, panorama des outils et des pratiques*, Paris, AFNOR.
FERNEZ-WALCH S., ROMON F. (2006), *Management de l'innovation : de la stratégie au projet*, Paris, Vuibert.
FERNEZ-WALCH S., ROMON F. (2008), *Dictionnaire du Management de l'innovation*, Paris, Vuibert.
GAREL G. (2003), *Le management de projet*, Paris, La Découverte.
GIDEL T., ZONGHERO W. (2006), *Management de projet, Introduction et fondamentaux*, Paris, Hermès-Lavoisier.
HOUGRON T. (2001) *La conduite de projets*, Paris, Dunod.
GRAY G. F., LARSON E. W., LANGEVIN Y (2007), *Management de projet*, Paris, Dunod.
LE DANTEC T. (2008), *Le Guide du chef de projet*, Maxima Laurent Dumesnil Editeur.

• **Pour approfondir**

GIARD V. (1991), *Gestion de projet*, Paris, Economica.
PICQ T. (1999), *Manager une équipe projet*, Paris, Dunod.
GAREL G., GIARD V., MIDLER C. (2004) Dir., *Faire de la recherche en management de projet*, Paris, Vuibert.
MADERS H.-P. (2002), *Manager une équipe projet*, Paris, Editions d'Organisation.
SOTIAUX Y. (2008), *Management d'équipe de projet : Mode d'emploi*, Gereso éditions

- **Un site, celui de l'AFITEP, association française de management de projet** : <http://www.afitep.fr>

| | | |
|--|-------------------------------|---------------------------|
| M2 UE 5 | Stratégie d'innovation | ECTS 6 H CM 51 |
| Responsable du Cours : Hélène DELACOUR, Maître de Conférences | | |
| <p>Contenu pédagogique :</p> <p>Ce cours a pour objectif l'acquisition d'un ensemble d'outils analytiques critiques pour le développement d'une stratégie d'innovation. L'utilisation de ces outils permet de décider dans quelle technologie investir, comment structurer ces investissements et comment anticiper et répondre aux comportements des concurrents, fournisseurs et clients. Ainsi, ce cours est focalisé sur le développement et l'application de modèles conceptuels qui clarifient les interactions entre concurrents, technologies et changements de marché, et la structure et le développement ces capacités internes de l'organisation. Ce cours utilise, par ailleurs, des lectures et des études de cas qui permettent d'intégrer et d'appliquer les concepts et outils étudiés de manière concrète.</p> <p>Thèmes abordés :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sources d'innovation - Open source - Innovations stratégiques et business models - Industries modulaires - Lancement, diffusion et adoption | | |
| Format pédagogique : Cours, étude de cas et lecture | | |
| Pré-requis : Concepts et outils fondamentaux en stratégie | | |
| Evaluation : Etude de cas et rapport | | |
| <p>Bibliographie indicative :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Burgelman, R.A., Christensen, C.M. et Wheelwright, S.C. (2003), Strategic management of technology and innovation (4 ed), McGraw Hill - Christensen, C.M. et Raynor, M.E. (2003), The innovator's solution : Creating and sustaining successful growth, Harvard Business School Press - Schilling, M.A. (2005), Strategic management of technological innovation, McGraw Hill - Tidd, J., Bessant, J. et Pavitt, K. (2006), Managing innovation: Integrating technological, market and organizational change (3 ed.), John Wiley & Sons. | | |

| | | |
|---|------------------------|------------------|
| M2 UE5 | Stratégie d'innovation | ECTS 6 HCM 51 |
| <p>Responsables du Cours : Sébastien Liarte, Professeur des Universités</p> | | |
| <p>Contenu pédagogique :</p> <p>Ce cours a pour objectif de présenter les sources de risques lors des prises de décisions stratégiques de l'entreprise. En évoluant dans un environnement complexe, en étant soumis à des biais de jugement inhérents à tout individu et en se trouvant en interaction avec une multitude d'acteurs, le manager doit prendre des décisions qui s'avèrent risquées et dont l'issue est incertaine.</p> <p>Les décisions concernant l'innovation au sein de l'entreprise se trouvent particulièrement concerner. Les projets d'innovation constituent des sources de risques stratégiques tant en interne qu'en externe. Mais ils peuvent, en les orientant correctement, constituer également un puissant levier.</p> <p>En tant que futurs managers, les étudiants doivent pouvoir identifier les situations les plus critiques pour l'entreprise et disposer d'outils d'analyse leur permettant d'y faire face en proposant une solution adaptée.</p> <p>Thèmes abordés :</p> <p>Le risque stratégique : présentation et définition</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. De la décision rationnelle à la décision absurde : étude du processus de décision <ol style="list-style-type: none"> 1.1. La théorie de la décision et ses limites 1.2. La décision dans l'organisation 1.3. Biais individuels et collectifs du décideur 2. De la décision individuelle à la décision collective : jeux entre acteurs <ol style="list-style-type: none"> 2.1. Rudiments de théorie des jeux appliquée à la gestion 2.2. Connaître les règles pour décider à plusieurs 2.3. Savoir changer les règles | | |
| <p>Format pédagogique : Cours sur des points particuliers, études de cas et discussion autour d'articles</p> | | |
| <p>Pré-requis : Cours d'initiation à la stratégie Johnson G., Scholes H., Whittington R et Frèry F. (2005), <i>Stratégique</i>, 7^{ème} éd. Pearson Education, Paris, France.</p> | | |
| <p>Evaluation : Examen</p> | | |
| <p>Bibliographie indicative :</p> <ul style="list-style-type: none"> · Bazerman M. (2006), <i>Judgment in managerial decision making</i>, Hoboken, NJ, John Wiley. · Dixit A. et Nalebuff B. (1991), <i>Thinking strategically : The competitive edge in business, politics, and every day life</i>, New York, NY, Norton & Co. | | |

- Kahneman D., Slovic P. et Tversky A. (1982), *Judgment under uncertainty : Heuristics and biases*, New York, NY, Cambridge University Press.
- Morel C. (2002), *Les décisions absurdes, Sociologie des erreurs radicales et persistantes*, Paris, Folio Essais.
- Nalebuff B. et Brandenburger A. (1996), *Co-opetition*, Londres, Profile Book.

| | | |
|---|----------------------|---------------------------|
| M2 UE 6 | Projet tutoré | ECTS 6 H CM 60 |
| Responsables du Cours : Hélène Delacour, Maître de Conférences | | |
| <p>Contenu pédagogique :</p> <p>Les projets tutorés ont pour objectif de permettre aux étudiants de se familiariser avec les situations de type client - prestataire. Ils se voient confier, par équipe, un problème de management de l'innovation par une entreprise. La pédagogie fondée sur une immersion dans l'entreprise, repose sur la capacité à fournir, en équipe, un travail à valeur ajoutée satisfaisant un cahier des charges et à nouer des relations professionnelles avec des cadres confirmés.</p> | | |
| <p>Evaluation : Rapport</p> <p>Evaluation faite conjointement par l'entreprise « cliente » en fonction du professionnalisme estimé et du degré de satisfaction obtenu ainsi que par le responsable pédagogique de l'IAE.</p> | | |

| | | |
|---|--|---------------------------|
| M2 UE 7 | Veille technologique et concurrentielle | ECTS 6 H CM 18 |
| Responsable du Cours : Audrey ROUZIES, Maître de Conférences | | |
| Contenu pédagogique : | | |
| Thèmes abordés : | | |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Introduction aux différentes problématiques de l'intelligence économique 2. Recherche d'information (bases factuelles et textuelles, Internet, moteurs de recherche, robots) 3. Analyse de l'information (méthodes multidimensionnelles, analyse relationnelle, classifications, traitement de l'évolution) 4. Techniques de restitution de l'information élaborée (graphiques statistiques, cartes factorielles, cartes géostratégiques, graphes, arbres, ...) 5. Traitement de cas concrets (analyse bibliométrique, analyse de brevets, analyse d'articles de presse, analyse de logs, ...) | | |
| Format pédagogique : | | |
| Pré-requis : | | |
| Evaluation : Examen | | |
| Bibliographie indicative : Remise en cours | | |

| | | |
|--|------------------------|---------------------------|
| M2 UE 8 | Entrepreneuriat | ECTS 6 H CM 36 |
| Responsable du Cours : Eric Jolivet, Maître de Conférences | | |
| <p>Contenu pédagogique :</p> <p>Que ce soit sous forme d'intra-preneuriat, d'essaimage, ou de création d'entreprise, l'entrepreneuriat tend à devenir un mode d'organisation particulièrement adapté au management de projets innovants et risqués. Ce module propose aux étudiants de se familiariser avec les problématiques de l'entrepreneuriat à travers une série de conférences et de partage d'expérience.</p> <p>Thèmes abordés :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Comment identifier les opportunités 2. Comment mobiliser les ressources 3. Comment évaluer les zones d'incertitude et s'y adapter 4. Comment gérer la croissance, la moisson et la sortie | | |
| Format pédagogique : Série de conférences présentées par des créateurs d'entreprises | | |
| Pré-requis : Aucun | | |
| Evaluation : Série de compte-rendus à produire sur chaque conférence | | |
| <p>Bibliographie indicative :</p> <ul style="list-style-type: none"> - K. Eisenhardt, et al (1990) Organizational growth: linking founding team, strategy, environment and growth in US Semiconductor Ventures. ASQ 35 (3), pp.504-529 - K. Eisenhardt et D. Sull (2000) Strategy as simple rules. HBR 79, pp.107-116 - P. Mustar (1997) Spin-off enterprises. How French academics create high tech companies. Science and Public Policy 24 (1), pp. 37-43 - P. Wickham (2006) Strategic entrepreneurship. FT Press | | |

| M2 UE 9 | Stage | ECTS 12 H TD 45 |
|---|-------|--------------------|
| Responsable du Cours : Hélène DELACOUR, Maître de Conférences | | |
| Contenu pédagogique : La réalisation du stage concrétise le processus d'entrée des étudiants dans la vie professionnelle. Un stage de 6 mois minimum doit être réalisé. Une problématique doit être définie en accord avec l'entreprise et le responsable de formation afin de valider le contenu du stage. | | |
| Format pédagogique : Rapport de stage et soutenance de ce rapport | | |
| Pré-requis : n-a | | |
| Evaluation : Notation par: - evaluation du rapport écrit - soutenance orale | | |
| Bibliographie indicative : n-a | | |

| M2 UE 10 | Protocole de recherche | ECTS 7 H CM 24 |
|--|------------------------|-------------------|
| <p>Responsable du Cours : Monsieur Hervé PENAN, Professeur des Universités</p> | | |
| <p>Contenu pédagogique :</p> <p>L'objectif de l'exercice est d'analyser en profondeur un article scientifique en stratégie. Il s'agit tout d'abord de présenter les notions centrales de l'article, son cadre théorique de référence, la problématique proposée, le modèle d'analyse utilisé, le terrain mobilisé, les résultats obtenus et la discussion des résultats telle qu'elle est présentée par l'auteur. Il s'agit également de choisir un article cité par l'auteur, de l'analyser et de faire apparaître le lien entre l'article citant et l'article cité. Le travail donne lieu à la rédaction d'un document et à une soutenance orale.</p> | | |
| <p>Pré-requis : Aucun</p> | | |
| <p>Evaluation :</p> <p>Analyse d'articles sur proposition du responsable du cours. Soutenance orale.</p> | | |
| <p>Bibliographie indicative :</p> <p>Aucune.</p> | | |

| | | |
|--|------------------------------|---------------------------------|
| M2 UE 11 | Méthodes de recherche | ECTS 7 H CM 51 |
| Responsable du Cours : Madame Sandrine CASANOVA, Maître de Conférences | | |
| <p>Objectif pédagogique</p> <ul style="list-style-type: none"> - Renforcer les outils de statistique inférentielle par l'étude des tests paramétriques et non paramétriques, - Approfondir le modèle de régression linéaire (corrélation partielle, choix du meilleur modèle, problèmes de multicollinéarité, observations influentes et aberrantes, vérification des hypothèses) - Comparer les moyennes d'une variable dépendante dans différentes populations à l'aide de l'analyse de variance - prédire les valeurs prises par une variable catégorielle, le plus souvent binaire, à partir de variables explicatives continues à l'aide de la régression logistique. <p>Evaluation : Une étude de cas analysée en groupe</p> <p>Bibliographie "Tests non paramétriques avec application à l'économie et à la gestion", Georges PUPION, Pierre-Charles PUPION, ED ECONOMICA 1998, Collection Statistique Mathématique et Probabilités « Analyse de données avec SPSS », Manu Carricano, Fanny Poujol, ED Pearson Education France 2008, collection Synthex « Statistique pour économistes et gestionnaires, Brigitte Tribout, ED Pearson Education France 2007 "Statistique appliquée à la gestion", Vincent GIARD, ED ECONOMICA 2003, Collection Gestion « Statistique~: méthodes pour décrire, expliquer et prévoir », Michel TENENHAUS, ED DUNOD 2007 "Econométrie", William GREENE, ED PEARSON EDUCATION 2005.</p> | | |

Responsable du Cours : Monsieur Christian VANDENBERGHE, Professeur Associé

Objectif pédagogique

- Maîtrise de la démarche de construction d'une recherche quantitative en sciences sociales incluant le cadre théorique, la mise au point des instruments, l'analyse de données, et les tests d'hypothèses
- Développer une compréhension fine des différents aspects de l'analyse quantitative de données : analyses factorielles exploratoires et confirmatoires, analyses de régression, tests de médiation et de modération, et analyse d'équations structurelles.
- Etre capable de déterminer les apports et contributions d'une étude à la littérature

Evaluation :

- Analyse scientifique d'un article empirique sur base des critères d'évaluation d'une recherche quantitative examinés lors du cours

Bibliographie

1. Kraimer, M.L., Wayne, S.J., Liden, R.C., & Sparrowe, R.T. (2005). [The role of job security in understanding the relationship between employees' perceptions of temporary workers and employees' performance](#). *Journal of Applied Psychology*, 90, 389-398.
2. Begley, T., & Lee, C. (2005). [The role of negative affectivity in pay-at-risk reactions: A longitudinal study](#). *Journal of Applied Psychology*, 90, 382-388.
3. Griffith, R.W., Steel, R.P., Allen, D.G., & Bryan, N. (2005). The development of a multidimensional measure of job market cognitions: The employment opportunity index (EOI). *Journal of Applied Psychology*, 90, 335-349.
4. Schwab, D.P. (1980). Construct validity in organizational behaviour. In Staw, B. & Cummings, L.L. (Eds.), *Research in Organizational Behavior* (Vol. 2, pp. 3-43). Greenwich, CT: JAI Press.
5. Pillai, R., Schriesheim, C.A., & Williams, E.S. (1999). [Fairness perceptions and trust as mediators for transformational and transactional leadership: A two-sample study](#). *Journal of Management*, 25, 897-933.
6. Goodman, J.S., & Blum, T.C. (1996). [Assessing the non-random sampling effects of subject attrition in longitudinal research](#). *Journal of Management*, 22, 627-652.
7. Podsakoff, P.M., & Organ, D.W. (1986). Self-reports in organizational research: Problems and prospects. *Journal of Management*, 12, 531-544.
8. Snape, E., & Redman, T. (2003). An evaluation of a three-component model of occupational commitment: Dimensionality and consequences among United Kingdom human resource management specialists. *Journal of Applied Psychology*, 88, 152-159.
9. Aguinis, H. (2002). [Estimation of interaction effects in organization studies](#). *Organizational Research Methods*, 5, 207-211.
10. Wanous, J.P., Reichers, A.E., & Hudy, M.J. (1997). [Overall job satisfaction: How good are single-item measures?](#) *Journal of Applied Psychology*, 82, 247-252.
11. Podsakoff, P.M., & MacKenzie, S.B. (1994). An examination of the psychometric properties and nomological validity of some revised and reduced substitutes for leadership scales. *Journal of Applied Psychology*, 79, 702-713.
12. Lam, S.S.K., Hui, C., & Law, K.S. (1999). [Organizational citizenship behavior: Comparing perspectives of supervisors and subordinates across four international samples](#). *Journal of Applied Psychology*, 84, 594-601.
13. Cortina, J.M. (1993). What is coefficient alpha? An examination of theory and applications. *Journal of Applied Psychology*, 78, 98-104.
14. [Hurley, A.E.](#), [Scandura, T.A.](#), [Schriesheim, C.A.](#), [Brannick, M.T.](#), [Seers, A.](#), [Vandenberg, R.J.](#), & [Williams, L.J.](#) (1997). Exploratory and confirmatory factor analysis: Guidelines, issues, and alternatives. *Journal of Organizational Behavior*, 18, 667-683.

| | | |
|---|---------------------------|-------------------|
| M2 UE 12 | Théorie des organisations | ECTS 4 H CM 21 |
| <p>Responsable du Cours : Monsieur Assaad El Akremi, Maître de Conférences ; Madame Hélène DELACOUR, Maître de Conférences ; Monsieur Sébastien LIARTE, Maître de Conférences.</p> | | |
| <p>Objectif pédagogique</p> <p>Les objectifs du cours sont de présenter les éléments fondamentaux d'une compréhension des modes et des principes d'organisation dans les entreprises dans sa diversité et sa complexité. Les principales approches théoriques sont présentées et analysées en les confrontant à des articles de recherche publiés dans des revues classées par le CNRS.</p> <p>Le but est de développer auprès des étudiants en Master 2 Recherche, une maîtrise des concepts fondateurs en théorie des organisations, et un recul critique leur permettant d'exploiter ces concepts dans leurs recherches futures.</p> <p>Contenu</p> <ul style="list-style-type: none"> · Une approche politique de l'organisation : pouvoir, agence et gouvernance · Une approche psychosociale de l'organisation : groupe, motivation et leadership · Une approche contingente de l'organisation : configurations, écologie et adaptation · Une approche néo-institutionnaliste de l'organisation : isomorphisme et légitimité · Une approche postmoderne de l'organisation : la déconstruction critique ? <p>Pré-requis</p> <p>La connaissance des bases des théories des organisations (écoles classiques, écoles des relations humaines) est souhaitable, même si ces bases seront rappelées progressivement dans le cours.</p> <p>Bibliographie</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rojot, J. (2005). Théorie des Organisations, 2^{ème} édition, Paris, ESKA. - Livian, YF (2008). Organisation : théories et pratiques, 4^{ème} édition, Paris, Dunod. - Boyer, L & Equilbey, N. (2003). Organisation : théories et applications, Paris, Ed. Organisation <p>Evaluation :</p> <p>Bibliographie</p> | | |