# Stratégie et sociologie des organisations

## Infos pratiques

- **ECTS** : 3.0
- **Nombre d'heures** : 32.0
- **Période de l'année** : Enseignement neuvième semestre
- **Méthodes d'enseignement** : En présence
- **Forme d'enseignement** : Cours magistral et Travaux dirigés
- **Ouvert aux étudiants en échange** : Oui
- **Campus** : Campus de Nanterre
- **Composante** : Sciences et techniques des activités physiques et sportives
- **Code ELP** : 4S9M9002
- **En savoir plus** : https:// coursenligne.parisnanterre.fr/ https://ufr-staps.parisnanterre.fr/

## Présentation

Sociologie des organisations : dans le prolongment du cours de Sociologie des organisations de master 1, cet enseignement comporte

une partie théorique qui permettra d'aborder :
- différents enjeux liés à la conduite de projets au sein des organisations, tels que l'évolution des modèles organisationnels ou la dynamique sociale de l'innovation- et les principes de l'analyse stratégique des organisations de Crozier et Friedberg. La partie empirique permettra aux étudiants de réaliser une analyse sociologique de cas de conflits organisationnels.Stratégie des organisations:

Les points abordés durant cet enseignement sont les suivants :

-Les stratégies génériques

-Les nouvelles sources d'avantage concurrentiel

-La théorie des ressources-

-La création de valeur

-Les Business Models innovants.

A l'issue de ce cours les étudiants doivent être capables de percevoir l'origine de la création de valeur, de comprendre les modalités de la transmission de la valeur créée, savoir opposer la théorie des ressources et la théorie des compétences et connaître la notion d'entreprise ouverte.

## Objectifs

L'objectif de l'enseignement de **Sociologie des organisations** est de former les étudiants aux approches sociologiques de la notion de projet et aux concepts clés de l'analyse stratégique des organisations.

L'enseignement de stratégie a trois objectifs principaux : donner la possibilité aux étudiants d'analyser et de comprendre les stratégies des entreprises et des organisations sportives, les initier à la conception d'une stratégie opérationnelle et plus généralement les préparer aux fonctions stratégiques du management.

## Évaluation

Session 1

-Partie Sociologie des organisations : exposé oral (individuel ou collectif) ou réalisation d'un dossier (cas pratique).

Partie Stratégie : réalisation d'un plan stratégique pour le lancement d'un produit innovant (en groupes) + étude de la proposition de valeur d'une structure sportive (individuel ou collectif).

Session 2 : Partie Sociologie des organisations : dossier écrit Partie Stratégie : dossier écrit - Modalités identiques pour les modes standard et dérogatoire

## Compétences visées

Maîtriser les cadres d'analyse sociologique des organisations et des projets.

Savoir définir une relation client et imaginer un business modèle innovant,

Identifier les déterminants de l'innovation stratégique

## Bibliographie

BOLTANSKI L., CHIAPELLO E., Le nouvel esprit du capitalisme, Gallimard, 1999.

CROZIER M., FRIEDBERG E., L'acteur et le système, Seuil, Paris, 1977.

MIDLER C., L'auto qui n'existait pas. Management de projet et transformation de l'entreprise, Interéditions, 1993

Porter M., Choix stratégiques et concurrence. Techniques d'analyse des secteurs et de la concurrence dans l'industrie, Economica, 1982

Mintzberg H, Ahlstrand B, Lampel J, Stratégie safary, Free Press, 2015

Chan Kim W, Mauborgne R., Stratégie Océan Bleu, Perason Village Mondial, 2011

Thiétart R.A., La stratégie d'entreprise, Broché, 2000

## Ressources pédagogiques

cours en ligne

# Contact(s)

> Marine Souci
Responsable pédagogique
cordi000@parisnanterre.fr

> Nathalie Leroux
Responsable pédagogique
nleroux@parisnanterre.fr