

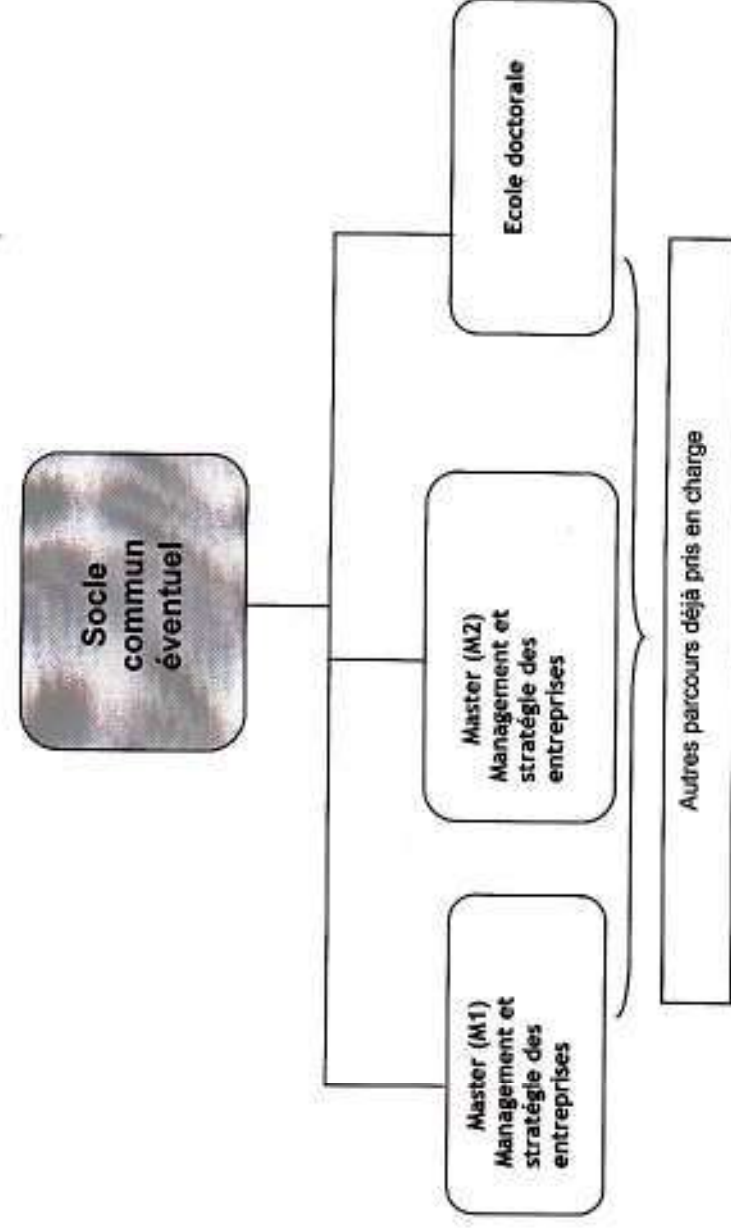
MASTER ACADEMIQUE
Management et Stratégie
des Entreprises

Responsable de l'équipe de formation :

Mme MATMAR_MOHALEBI Dalila

4 – Contexte et objectifs de la formation

A – Organisation générale de la formation : position du projet



A – Conditions d'accès

1. Non établis par l'équipe de formation

Conditions générales :

- Moyenne de classement = égale ou supérieure à
- Moyennes des modules suivants doivent être égales ou supérieures à 10/20 : **Non établis par l'équipe de formation**

- S1
- S2
- S3
- S4
- S5
- S6

Nombre de places:

B - Objectifs de la formation

La formation en master sciences de gestion / spécialité : Management et Stratégie des Entreprises a pour objectif général l'acquisition des savoirs théoriques et méthodologiques nécessaires pour occuper un emploi de cadre supérieur et intermédiaire dans les métiers du management , de la finance d'entreprise, du contrôle financier, du contrôle de gestion.

Les diplômés de cette formation peuvent postuler à un doctorat troisième cycle dans le domaine des sciences de gestion.

Les activités pédagogiques, tout au long de la formation, sont prises en charge par des équipes d'enseignants dont le souci est de transmettre aux étudiants toutes les connaissances nécessaires afin de bénéficier d'une formation de qualité.

C – Profils et compétences visées :

Le profil de cette formation permet aux étudiants :

-D'approfondir leurs connaissances en management des entreprises ;

-De développer leurs aptitudes et compétences dans divers champs disciplinaires de la gestion en général et du management en particulier ;

-De maîtriser la dimension stratégique et son influence sur le fonctionnement des firmes ;

-D'acquérir les bases indispensables afin de comprendre le processus des organisations ;

- Se doter d'une vision transversale permettant à l'étudiant de consolider ses connaissances dans le domaine du management et de la stratégie des entreprises.

D – Potentialités régionales et nationales d'employabilité

Les diplômés de ce master peuvent postuler à des emplois pour occuper des postes de responsabilité dans le domaine de la gestion, du management, de la gestion des ressources humaines et du marketing ce qui répond aux besoins souvent exprimés

par les entreprises nationales et locales, les institutions bancaires et financières les administrations publiques.

E – Passerelles vers les autres spécialités

Les passerelles entre les spécialités sont possibles, elles permettent la construction de parcours individualisés et facilitent la mobilité des étudiants.

Cette offre de formation est une spécialité qui existe au niveau de l'université de Boumerdès et l'université de Bejaia.

F – Indicateurs de suivi du projet

Pour un déroulement efficace et une formation de qualité :

- Les matières, durant les trois semestres, doivent être directement liées au management et à la stratégie des entreprises,
- Les programmes doivent être de qualité et riches en concepts,
- L'assiduité et le taux de réussite doit être important
- Le nombre des étudiants dans ce master ne doit pas dépasser 60 étudiants.

II – Fiche d'organisation semestrielle des enseignements

1- Semestre 1 : MANAGEMENT ET STRATEGIE DES ENTREPRISES

Unité d'Enseignement	14-16 sem	C	TD	T Personnel	VHT	Coeff	Crédits	Mode d'évaluation	
								Examen	Continu
UE fondamentale									
Entreprise et son environnement	42 à 48	1.5	1.5	4h	3	3	6	X	X
Marketing	42 à 48	1.5	1.5	4h	3	3	6	X	X
Management des RH	42 à 48	1.5	1.5	4h	3	3	6	X	X
UE Methodologique									
Finance d'entreprise	42 à 48	1.5	1.5	1h	3	3	3	X	X
Théorie de la firme	42 à 48	1.5	1.5	1h	3	3	3	X	X
Firme et économie internationale	42 à 48	1.5	1.5	1h	3	3	3	X	X
UE découverte/transversale									
Droit des affaires	21 à 24	1.5	-	-	3	1.5	1	-	X
Epistémologie de la recherche	21 à 24	1.5	-	-	3	1.5	1	-	X
Langues vivantes	21 à 24	-	1.5	-	3	1.5	1	X	
Total Semestre 1	315 à 360	12	10,5	15	22,5	27	30		

2- Semestre 2 : MANAGEMENT ET STRATEGIE DES ENTREPRISES

Unité d'Enseignement	VHS	V.H hebdomadaire				Coeff	Crédits	Mode d'évaluation	
	14-16 sem	C	TD	TP	VHT			Continu	Examen
UE fondamentales									
Diagnostic et stratégie d'entreprise	42 à 48	1.5	1.5	4h	3	3	6	X	X
Management des organisations	42 à 48	1.5	1.5	4h	3	3	6	X	X
Contrôle de gestion et management de la performance	42 à 48	1.5	1.5	4h	3	3	6	X	X
UE Méthodologie									
Management des opérations de production	42 à 48	1.5	1.5	1h	3	3	3	X	X
Firme et gouvernance d'entreprise	42 à 48	1.5	1.5	1h	3	3	3	X	X
Système d'information	42 à 48	1.5	1.5	1h	3	3	3	X	X
UE Transversale/découverte									
Méthodologie de la recherche	21 à 24	1.5	-	1h	1.5	3	2		X
Langues Vivantes	21 à 24	-	1.5	-	1.5	2	1	X	-
Total Semestre 2	294 à 336	10.5	10.5	15	21	23	30		

3- Semestre 3 : MANAGEMENT ET STRATEGIE DES ENTREPRISES

Unité d'Enseignement	VHS	V.H hebdomadaire				Coeff	Crédits	Mode d'évaluation	
	14-16 sem	C	TD	TP	VHT			Continu	Examen
UE fondamentales									
Stratégie d'activité et stratégie de portefeuille	42 à 48	1.5	1.5	3h	3	3	5	X	X
Veille stratégique	42 à 48	1.5	1.5	3h	3	3	5	X	X
Management international	42 à 48	1.5	1.5	2h	3	2	4	X	X
Management de projet	42 à 48	1.5	1.5	2h	3	2	4	X	X
UE Méthodologie									
Dynamique des marchés et processus concurrentiel	42 à 48	1.5	1.5	3h	3	3	5	X	X
Management interculturel	42 à 48	1.5	1.5	2h	3	2	4	X	X
UE découverte/Transversale									
Etude de cas en management	21 à 24	-	1.5	1h	1.5	3	2	X	-
Langue vivante (Business)	21 à 24	-	1.5	-	1.5	2	1	X	-
Total Semestre 3	294 à 336	9	12	-	21	20	30		

4- Semestre 4 : MANAGEMENT ET STRATEGIE DES ENTREPRISES

Stage en entreprise sanctionné par un mémoire et une soutenance.

	VHS	Coeff	Crédits
Travail Personnel			
Stage en entreprise			
Séminaires			
Autre (préciser)			
Total Semestre 4		3	30



IV - Programme détaillé par matière



SEMESTRE : PREMIER

MATIERE : Entreprise et son environnement

OBJECTIFS : Ce module permettra à l'étudiant d'approfondir ses connaissances théoriques et conceptuelles en matière d'entreprise et son environnement proche. La compréhension des variables contextuelles permettant le choix d'une stratégie passive, réactive et proactive de l'entreprise.

CONNAISSANCES PREALABLES RECOMMANDEES :

Ce module nécessite des acquis en termes de notion d'économie d'entreprise sur le plan structurel et fonctionnel, ainsi que les notions fondamentales en management des entreprises.

CONTENU DE MATIERE :

Partie 1 : Les différentes approches de l'entreprises, ses caractéristiques et ses finalité

1. Approche traditionnelle
2. Approche systémique
3. Caractéristiques et finalités de l'entreprise

Partie 2 : L'environnement spécifique de l'entreprise

1. L'environnement économique et social de l'entreprise
2. L'environnement technologique
3. L'environnement culturel

Parties 3 : L'entreprise dans son environnement

1. L'environnement contingent sources d'opportunités et de menaces
2. Les relations avec les autres entreprises : concurrence, complémentarité et coopération
3. Contexte de l'environnement managérial

MODE D'EVALUATION :

Nature	Contrôle continu	Examen	Epreuve rattrapage
Cours		x	x
Travaux dirigés	X		
% de la note	50%	50%	100%

REFERENCES :

- BITTNER Fabrice, L'essentiel de l'économie d'entreprise, édition Ellipses, Paris, 2005.
- KALIKA, Michel, Structures d'entreprises : réalités, déterminants, performance, Economica, Paris 1995
- Martin, Jean-Pierre, L'entreprise est un environnement économique, édition Ellipses, Paris 2001.
- MARTIN, Jean-Pierre, L'entreprise est un environnement économique, édition Ellipses, Paris, 2001.
- PAPILLON Jean-claude, Economie de l'entreprise : de l'entrepreneur à la gouvernance, 2ème éd. Management, Paris, 2000. (Les essentiels de la gestion).
- TORRES-BLAY, Olivier, Economie d'entreprise : organisation et stratégie à l'aube de la nouvelle économie, Economica, Paris 2000.

SEMESTRE : 1

Enseignement : Marketing

Objectifs de l'enseignement :

- S'approprier toutes les étapes de la démarche marketing.
- Acquérir les outils marketing incontournables.
- Comprendre l'utilité du plan marketing et faire des recommandations.

Connaissances préalables recommandées :

Connaissances dans les domaines du management de l'entreprise, et notamment la compréhension des comportements et des outils d'aides à la prise de décision dans un contexte d'économie de marché.

Chapitre 01 : Analyse de l'environnement marketing

- ✓ Repérer les attentes et les motivations des consommateurs.
- ✓ Étudier la concurrence : points clés.
- ✓ Choisir ses sources d'information : études, veille, réseaux sociaux.
- ✓ Utiliser l'outil P.E.S.T.E.L.

Chapitre02 : Audit des faits internes

- ✓ Retenir les critères pertinents en B to B et en B to C.
- ✓ Analyser le cycle de vie du produit.

Chapitre 03 : Diagnostic de situation marketing

- ✓ Construire l'analyse S.W.O.T.
- ✓ Tester la robustesse de son analyse.

Chapitre 04 : Prévisions des ventes

- ✓ Utiliser les méthodes de prévisions.
- ✓ Ajuster ses objectifs aux prévisions du marché.

Chapitre 05 : Fixation des objectifs marketing

- ✓ Aligner les objectifs généraux et opérationnels.
- ✓ Définir les indicateurs pertinents.

Chapitre 06 : Choix stratégiques

- ✓ Segmenter et cibler ses marchés.
- ✓ Définir le positionnement de l'offre.

Chapitre 07 : Le mix-marketing

- ✓ Renforcer les 5 composantes du mix-marketing.
- ✓ Développer les services associés.
- ✓ Adopter la meilleure stratégie prix.
- ✓ Distribuer ses produits sur le Web.
- ✓ Communiquer par le Web, le mobile et les réseaux sociaux.

Chapitre 08 : Le plan marketing

- ✓ Réaliser le plan marketing annuel : structure, étapes et conseils.
- ✓ Décliner le plan marketing en plan d'actions commerciales.

Bibliographie :

- 1- **Gérard LEMOINE, Marketing. Cas et applications , Vuibert 2012.**
- 2- **Jean-Pierre HELFER et Jacques ORSONI, Marketing , Vuibert 2012.**
- 3- **Denis Lindon, Frédéric Jallat, Le marketing : Études . Moyens d'action. Stratégie, Dunod 2010.**

SEMESTRE : PREMIER

MATIERE : Management des ressources humaines

OBJECTIFS : Ce module a pour objectif non seulement les connaissances théoriques et conceptuelles, mais aussi l'analyse et l'évaluation des diverses politiques utilisées dans le management des ressources humaines avec l'intégration de ce dernier dans les décisions de l'entreprise. Aussi, identifier les nouveaux enjeux liés au management stratégique des ressources humaines.

CONNAISSANCES PREALABLES RECOMMANDEES :

Ce cours nécessite des connaissances transversales dans le domaine de management des entreprises.

CONTENU DE MATIERE :

I. Présentation de la fonction ressources humaines

1. Notions de base
2. L'évolution de la fonction ressources humaines
3. Les modèles de gestion des ressources humaines

II. Les principales politiques de gestion des ressources humaines

1. La gestion préventive des emplois et des compétences
2. la politique de recrutement/intégration des ressources humaines
3. la politique de formation/adaptation des ressources humaines
4. la politique de rémunération/fidélisation des ressources humaines
5. Le système d'information ressources humaines
6. Les relations sociales en entreprise

III. Les nouveaux enjeux et perspectives du management des ressources humaines

1. Le management d'équipe
2. La gestion du changement
3. Le leadership management par les compétences
4. Le management interculturel
5. L'employabilité et sécurité emploi

MODE D'EVALUATION :

Nature	Contrôle continu	Examen	Epreuve rattrapage
Cours		x	x
Travaux dirigés	X		
% de la note	50%	50%	100%

REFERENCES :

- IGALENS, Jacques, Master ressources humaines. Edition Eska, Paris 2007.
- PEMARTIN, Daniel, Gérer par les compétences ou comment réussir autrement ? Management, Paris, 1999. (L'actualité de la gestion).
- Peretti, Jean-Marie, Ressources humaines, 12^eéd.: Vuibert, Paris 2010.
- PICHAULT François, Les pratiques de gestion des ressources humaines : Approches contingente et politique, Seuil, Paris, 2000.
- Weiss, Dimitri, La Fonction ressources humaines, éd. d'organisation, Paris, 1992

Enseignement : Finance d'entreprise

Semestre : I

Enseignant responsable de l'UE :

Enseignant responsable de la matière :

Objectifs de l'enseignement :

La finance d'entreprise est le champ de la finance relatif aux décisions financières des entreprises. Son objet essentiel est l'analyse et l'accroissement de la valeur de marché des sociétés (c'est-à-dire l'amélioration des profits monétaires futurs) sous la contrainte de la limitation des risques courus. Au terme de cet enseignement l'étudiant sera en mesure :

- d'évaluer la pertinence des décisions d'investissement ;
- d'optimiser la structure du bilan des sociétés ;
- de rétribuer les apporteurs de capitaux ;
- d'améliorer les conditions de financement.

✓ **Connaissances préalables recommandées :**

L'étudiant ayant déjà suivi le module de gestion financière en Semestre II de la deuxième année de Licence et acquis des connaissances élémentaires en gestion financière telles que : arbitrage rentabilité /liquidité, choix des investissements et moyens de financement de l'entreprise.

✓ **Contenu de la matière : Méthodologie**

Cet enseignement prévu en 42 à 48 H, est subdivisé en deux (02) parties :

Partie 1 : Théorie de la Finance d'entreprise

1. De la comptabilité à l'analyse financière
2. Les outils de la gestion financière prévisionnelle
3. Eléments de théorie et politique financière

Partie 2 : Pratique de la Finance

1. Lecture et analyse du bilan
2. Diagnostic financier
3. Utilisation stratégique des ratios

✓ **Mode d'évaluation :**

- Evaluation continue/ Examen de cours.

✓ **Références :**

1. Gérard CHARREAU : Finance d'entreprise, Ed. EMS, 2003.
2. Hervé HAUTIN : Toute la Finance d'entreprise en pratique, Ed. d'organisation, 2002.
3. Jonathan BERK : Finance d'entreprise, Ed. Paris Pearson-Education, 2008.
4. Damodran ASWATH : Finance d'entreprise ; théorie et pratique, Paris Deboek-2006.

Enseignement : firme et économie internationale

Semestre : 1

Enseignant responsable de l'UE :

Enseignant responsable de la matière :

Objectifs de l'enseignement :

- Spécifier la particularité d'un environnement économique et commerciale international,
- Préparer et conduire et forme d'intervention d'une entreprise sur un marché étranger dans un contexte de mondialisation,
- Comprendre les choix stratégiques de FMN et leurs implications opérationnelles.

Connaissances préalables recommandées :

Connaissances dans les domaines de l'économie générale, des théories de l'échange international et des techniques commerciales à l'international...

Chapitre 01 : La définition et le poids économique des firmes multinationales

- ✓ La définition des firmes multinationales
- ✓ Le poids économique des firmes multinationales

Chapitre 02 : Le rôle des Firmes Multinationales (FMN) dans le commerce international

- ✓ Exportations et FMN : effet de complémentarité et de substitution
- ✓ Effets de la multinationalisation sur les pays d'origine
- ✓ Effets de la multinationalisation sur les pays d'accueil
- ✓ FMN et commerce des biens intermédiaires
- ✓ FMN et spécialisation dans le processus de production
- ✓ FMN et emploi
- ✓ FMN et transfert de la technologie

Chapitre 03 : Le contrôle des entreprises multinationales

- ✓ Le contrôle exercé par les Etats
- ✓ Le contrôle exercé par les organisations internationales

Chapitre 04 : entreprises multinationales et effet de la globalisation-mondialisation de l'économie.

- ✓ L'influence exercée par la dynamique des échanges et les stratégies des acteurs
- ✓ L'influence exercée par les NTIC.

Bibliographie :

Bernard Guillochon, Annie Kawecki, Baptiste Venet, Économie

internationale : Commerce et macroéconomie, Dunod 2012

Michel Dupuy, Jean-Marie Cardebat, Yves Jegourel, TD - Finance

internationale, Dunod

2006.

Olivier Meier, Guillaume Schier, Entreprises multinationales : Stratégie.

Restructuration. Gouvernance, Dunod 2005.

Semestre : 01

Enseignant responsable de l'UE :

Enseignant responsable de la matière: Théories de la firme

Objectifs de l'enseignement :

- Définir les différents aspects liés aux théories économiques et non économiques de l'entreprise.
- Analyser comment les modèles théoriques peuvent nous aider à interpréter une réalité managériale.
- intégrer les dimensions relatives aux conflits, à la coalition d'intérêts et à la sélection par l'environnement afin de mieux saisir le fonctionnement des entreprises.

Connaissances préalables recommandées :

Cette matière nécessite des acquis en termes de notions d'économie d'entreprise et de culture économique globalement.

Contenu de la matière : Méthodologie

. Cette matière s'articulera autour de l'évolution et des transformations qu'a connues la littérature économique dans ce domaine, ainsi l'adoption d'une approche génétique est indispensable afin de se situer d'une manière objective entre les différents modèles existants.

Mode d'évaluation : ...20 Continu/Examen 20

Chapitre1 : les analyses économiques de la firme.

Section1 :l'approche néo classique et le comportement de la firme.

Section2 : les approches néo institutionnalistes ou contractualiste.

Chapitre2 :l'analyse de la firme par la théorie évolutionniste et la théorie des compétences.

Section1 :l'approche évolutionniste de la firme.

Section2 :l'approche par les ressources et les compétences.

Chapitre3 :l'analyse de l'entreprise en sciences de gestion(les approches non économiques de la firme).

Section1 :l'approche cognitive et le paradigme simonien de la rationalité limitée.

Section2 :l'approche de l'entreprise comme une coalition d'acteurs

Chapitre4 : les analyses hétérodoxes et critiques de la firme :

Section1 :l'approche de l'entreprise dans la théorie de la régulation.

Section2 :l'approche conventionnaliste de la firme.

Références

-Gomez pierre Yves. Le gouvernement de l'entreprise Ed inter édition 1996.

-KOENIG GERARD.de nouvelles théories pour gérer l'entreprise au 21 eme siècle Ed Economica 1999.

- WILLIAMSON Oliver.les institutions de l'economie. ED inter édition 1994. . .

SEMESTRE : PREMIER

LA MATIERE : Droit des affaires

OBJECTIFS : Ce module permettra à l'étudiant d'approfondir ses connaissances relatives aux notions juridiques applicables aux affaires en Algérie et comprendre les implications légales des activités dans ce domaine, notamment, les questions liées à l'exercice de l'activité commerciale.

CONNAISSANCES PREALABLES RECOMMANDEES :

Ce module nécessite des acquis en termes de notion de droit en général, ainsi que les notions fondamentales en droit commercial.

I. Introduction au droit des affaires

1. Evolution du droit des affaires algérien
2. Les sources du droit des affaires
3. Le droit objectif et le droit subjectif

II. La notion juridique d'entreprise

1. Entreprise et personnalité morale
2. L'entreprise commerciale
3. L'entreprise individuelle
4. Entreprise sociétaire

III. L'entreprise et l'activité commerciale

1. Le droit de la propriété
2. Le droit de la concurrence
3. Le droit pénal des affaires

MODE D'EVALUATION :

Nature	Contrôle continu	Examen	Epreuve rattrapage
Cours		X	X
% de la note		100%	100%

REFERENCES :

- BOCQUILLON, Jean-François, Introduction au droit de l'entreprise & économie, Dunod, Paris 2007.
- BRUGUIERE, Jean-Michel, Droit des propriétés intellectuelles, éd. Ellipses, Paris 2005.
- CORBEL Pascal, Management stratégique des droits de la propriété intellectuelle, Paris : Gualino, 2007
- LACHEB, Mahfoud, Droit des affaires, Alger, OPU, 2005
- MEDJAHED Mohamed Tayeb Le droit de l'OMC & perspectives d'harmonisation du système Algérien de défense commerciale, Alger : Houma, 2008.

Enseignement : EPISTEMOLOGIE DE LA RECHERCHE

Semestre : II

Enseignant responsable de l'UE :

Enseignant responsable de la matière :

Objectifs de l'enseignement :

L'épistémologie, qui est considérée comme une branche de la philosophie des sciences, peut être vue comme un ensemble de bases et de conditions de création des connaissances scientifiques, *a fortiori* empiriques, notamment celles relatives à la gestion. En sus, elle est considérée, lorsqu'elle est appropriée par un étudiant, comme un moyen de développer une perspective critique ou réflexive permettant à ce dernier, et c'est l'objectif même du module, de:

- Dénaturaliser les phénomènes managériaux et organisationnels,
- Rompre avec les fausses évidences et avec les mythes rationnels de la gestion,
- Avoir une vision moins réifiante et chosifiante de la gestion,
- Comprendre les conditions socio-anthropo-historiques des innovations managériales.

Connaissances préalables recommandées :

Quoique le présent module, qui s'inscrit dans une perspective recherche, soit doté d'une configuration programmatique que les étudiants ignorent, il n'en demeure pas moins que certains concepts de base et opératoires sont à réactualiser comme pour le module "méthodologie de la recherche". Des concepts discutés notamment en S1(Méthodologie), S6 (Méthodologie de rapport de stage) licence, et même certains concepts philosophiques que l'étudiant a eu à voir au lycée ou dans ses différentes lectures.

Le déroulement des enseignements du module, dont les axes les plus saillants sont ci-dessous exposés, nécessite un volume horaire estimé à 21-24 heures.

Chapitre1: l'épistémologie et la science

- Définition de la science et les critères de scientificité
- La science comme phénomène social
- L'épistémologie comme une science empirique ou la définition épistémologique de la réalité sociale.

Chapitre 2: les éléments constitutifs d'une science empirique (gestion)

- Fais, lois, modèles et théories
- Définition, complexité et frontières de l'objet
- Observation des phénomènes sociaux et expérimentation des technologies sociales.

Chapitre 3: les valeurs de la science empirique (gestion)

- Vérité et logique scientifiques
- Vérification des énoncés scientifiques
- Falsification des hypothèses
- Description/ explication des phénomènes
- Explication/compréhension des phénomènes
- Interprétation/compréhension/explication des phénomènes

Chapitre 4: les paradigmes épistémologiques dans les sciences

- Positivisme
- Constructivisme
- Réalisme
- Rationalisme
- conventionnalisme
- Phénoménologie

Mode d'évaluation : Evaluation continue/ Examen de cours.

Références bibliographiques:

MARTINET Alain Charles (sous la dir) (2007), sciences du management: épistémique, pragmatique et éthique, Edition Vuibert, 309 p.

MARTINET A.C (sous la dir.) (1990), Epistémologie et sciences de gestion, Economica, 251 p.

SEMESTRE : Deuxième

MATIERE : Diagnostic et stratégie d'entreprise

Compétences requises :

- L'apprentissage de la matière « Diagnostic et stratégie d'entreprise » nécessite des connaissances préalables en management de l'entreprise. En Effet, il est indispensable pour les étudiants de cette matière d'avoir des pré-requis concernant les notions suivantes:
- ✓ l'entreprise et son environnement,
 - ✓ le processus de gestion : la planification, l'organisation, la direction et le contrôle,
 - ✓ la prise de décisions
 - ✓ Les principales fonctions de l'entreprise.

Objectifs de la matière :

Cette matière consiste en une initiation à la stratégie de l'entreprise. Elle a pour objectifs:

- ✓ Maîtriser les fondements de la réflexion stratégique.
- ✓ Comprendre l'analyse stratégique
- ✓ Connaître les principaux outils du diagnostic stratégique
- ✓ Saisir les différentes orientations stratégiques

Programme de la matière

Chapitre 01: les fondements de la réflexion stratégique

- ✓ Généralités sur la stratégie d'entreprise
- ✓ Les écoles de pensées en stratégie

Chapitre 02: L'analyse stratégique

- ✓ La segmentation stratégique
- ✓ Le diagnostic stratégique

Chapitre 03: Les outils du diagnostic stratégique

- ✓ Le modèle LCAG
- ✓ Le modèle de Porter
- ✓ Les modèles de portefeuille d'activité

Chapitre 04: Les orientations stratégiques

- ✓ Les stratégies concurrentielles
- ✓ Les stratégies de développement
- ✓ Les modes de croissance : Croissance interne Vs croissance externe
- ✓ Les stratégies d'internationalisation

Bibliographie :

- DESREUMAUX A., « Introduction à la gestion », Armand colin, 1992.
MARCHESNAY M., Management stratégique, Eyrolles, 1993.
MARCHESNAY M., Management stratégique, Les Editions de l'ADREG, 2004
STRATEGOR, Politique Générale de l'Entreprise, Dunod, Paris, 1997

Module : management des organisations

Semestre : II

Objectifs de l'enseignement

Le module vise d'abord à initier les étudiants à l'analyse des organisations modernes, à partir de l'examen d'un certain nombre de variables qui en caractérisent le fonctionnement : coordination du travail entre opérateurs, mécanismes de liaison entre unités, systèmes d'autorité et flux de communication formelle, systèmes de pouvoir et flux de communication informelle, processus de prise de décision et de définition des objectifs, etc.

Connaissances préalables recommandées : l'étudiant doit avoir des connaissances en théories des organisations et des systèmes de gestion.

TABLE DES MATIERES

CHAPITRE I – L'ORGANISATION ET SA STRUCTURE

- 1.1. L'organisation
- 1.1. la structure

CHAPITRE II- ACTEURS ET PROCESSUS DE PRISE DE DECISION

- 4.1. La notion de la décision
- 4.2. Le décideur

CHAPITRE III - POUVOIRS ET RELATIONS ENTRE LES ACTEURS

- 5.1. Définition du pouvoir
- 5.2. Les ressources du pouvoir : contrainte et légitimité
- 5.3. Les sources du pouvoir

CHAPITRE IV - L'AUTORITE ET LA COMMUNICATION FORMELLE

- 6.1. Pouvoir et autorité
- 6.2. Les flux de communication formelle
- 6.3. L'autorité: sources et conditions d'acceptation
- 6.4. Conflits et réactions aux conflits

CHAPITRE V-PENSER L'ORGANISATION COMME ENTITE

- 2.1. Le taylorisme
- 2.2. Henri Fayol et la théorie de l'administration
- 2.3. Le mouvement des relations humaines
- 2.4. La «socioanalyse» des organisations
- 2.5. L'approche par la contingence
- 2.6. La théorie actionniste des organisations
- 2.7. Du manager à l'organisation comme système d'action

CHAPITRE VI - SOCIOLOGIE DES ORGANISATIONS

- 3.1. L'acteur et le système
- 3.2. La théorie générale des systèmes
- 3.3. L'acteur crée le système
- 3.4. La zone d'incertitude

EVALUATION contrôle continu plus examen semestriel

BIBLIOGRAPHIE INDICATIVE

- BALLE C. (1989), La sociologie des organisations, Paris, PUF (Que sais-je ?) ;
BERNOUX Ph. (1986), La Sociologie des organisations, Paris, Le Seuil ;
CROZIER M. et FRIEDBERG E. (1977), L'Acteur et le Système, Paris, Le Seuil ;
FRIEDBERG E. (1972), L'Analyse sociologique des organisations, POUR, (2^{ème} édition Paris, L'Harmattan, 1987) ;
FRIEDBERG E. (1993), Le Pouvoir et la règle, Paris, Le Seuil ;
LAFAYE, C. (1996), La sociologie des organisations, Paris, Nathan ;
MARCH J.G. (1991), Décision et Organisation, Paris, Ed. de l'Organisation ;

SEMESTRE : DEUXIEME

LA MATIERE : Contrôle de gestion et management de la performance

OBJECTIFS : Ce cours permettra à l'étudiant d'approfondir ses connaissances théoriques et conceptuelles en matière de contrôle de gestion, ainsi, les exigences liées au management et au pilotage de performances. La compréhension des variables contextuelles modifiant la problématique du contrôle de gestion stratégique et les différents outils développés comme repense aux besoins performance.

CONNAISSANCES PREALABLES RECOMMANDEES :

Ce module nécessite des acquis en termes de notion de contrôle de gestion sur le volet théorique et pratique, ainsi que les notions fondamentales en management des entreprises.

CONTENU DE MATIERE :

Partie 1 : introduction au contrôle de gestion

1. approche historique et conceptuelle
2. les outils de contrôle de gestion
3. les enjeux stratégiques et organisationnels du contrôle de gestion

Partie 2 : Les indicateurs et systèmes de mesures de la performance

1. notions de base
2. les indicateurs financiers et non financiers
3. les indicateurs internes et externes

Parties 3 : Le contrôle de gestion stratégique et problématique émergente

1. le tableau de bord stratégique
2. calcul des coûts et gestion par activités (ABC /ABM /ABCM)

MODE D'EVALUATION :

Nature	Contrôle continu	Examen	Epreuve rattrapage
Cours		x	x
Travaux dirigés	x		
% de la note	50%	50%	100%

REFERENCES :

- Bescos.P ; Delber. Ph ; Mendoza.C ; (1999): Contrôle de gestion et management; Ed.Montchrestien E.J.A ; 4^{ème} éd ;
- Bouquin.H ; (1994) ; Les fondements du contrôle de gestion, que sais-je N°2892 ; Ed.PUF ;
- Dupuy.Y ; (1999) Faire de la recherche en contrôle de gestion ; Ed.Vuibert ;
- Kaplan.R et Norton.D ; (1998) ; le tableau de bord prospectif, pilotage stratégique : les 4 axes de succès ; les éditions d'Organisation ;
- Kaplan.R et Norton.D ; (2007) ; L'alignement stratégique : créer des synergies par le tableau de bord pprospectif ;Ed.Eyrolles ;
- Lorino.Ph ; (1991) ; Le contrôle de gestion stratégique ; Ed. Dunod ; Paris.

Enseignement : Management des opérations de production

Semestre : 2

Objectifs de l'enseignement :

- Acquérir les outils et méthodes d'organisation et de gestion des de la production.
- Comprendre les implications stratégiques et opérationnelles de l'évolution dans le domaine du management de la production.
- Concevoir et mettre en œuvre des processus de productions adaptées aux impératifs de la qualité.

Connaissances préalables recommandées :

Connaissances dans les domaines de la micro économie et notamment les problèmes économiques relatifs au comportement des producteurs, mais aussi la maîtrise de l'utilisation des concepts de production, de flux économiques, de la gestion des stocks ...

Programme de la matière :

Chapitre 01 : Typologie des systèmes de production.

Chapitre 02 : Des flux poussés au flux tendus

Chapitre 03 : les outils d'aide à la décision (les outils non mathématiques et les outils mathématiques).

Chapitre 04 : Evolution des enjeux de la production.

Chapitre 05 : Evolution de l'organisation de travail et des emplois (l'effet des progrès techniques et de l'automatisation).

Chapitre 06 : L'adaptation de la production et de l'entreprise aux impératifs de la qualité.

Bibliographie :

- 1- **Georges Javel, Organisation et gestion de la production :** Cours, exercices et études de cas, **Sciences Sup**, Dunod 2010.
- 2- **François Blondel, Gestion de la production :** Comprendre les logiques de gestion industrielle pour agir, Dunod 2007.
- 3- **Chantal BUSSENAULT et Martine PRETET, Economie et gestion de l'entreprise**, VUIBERT 2006

SEMESTRE : Deuxième

MATIERE : Firme et Gouvernance d'entreprise

OBJECTIFS : Le cours a pour objet d'initier les étudiants aux pratiques du gouvernement d'entreprise. Après une présentation du concept de gouvernement d'entreprise et une approche comparative, le cours s'intéresse aux comportements attendus des dirigeants d'entreprise et des actionnaires qui sont les acteurs principaux du gouvernement d'entreprise.

CONNAISSANCES PREALABLES RECOMMANDEES :

Ce cours nécessite des acquis relatifs à l'identification des différentes parties prenantes de l'entreprise, ainsi que les mécanismes de contrôle relatifs à de décisions dans l'entreprise.

CONTENU DE MATIERE :

I. Le cadre conceptuel de la gouvernance des entreprises

1. Emergence et évolution de la gouvernance d'entreprise
2. Les dispositifs institutionnels internes de la gouvernance
3. Les dispositifs institutionnels externes de la gouvernance

II. Les différentes approches de la gouvernance des entreprises

1. L'approche actionnariale
2. L'approche partenariale
3. L'approche comportementale

III. Gouvernance d'entreprise et question émergentes

1. Gouvernance d'entreprise et stratégie de croissance
2. Gouvernance et développement durable

MODE D'EVALUATION :

Nature	Contrôle continu	Examen	Epreuve rattrapage
Cours		x	x
Travaux dirigés	x		
% de la note	50%	50%	100%

REFERENCES :

- BANCEL Franck, La gouvernance des entreprises, Economica, Paris 1997.
- CHARREAUX, Gérard, Gouvernance des entreprises : nouvelles perspectives, Economica, Paris, 2006.
- CHAVANCE Bernard L'économie institutionnelle, la Découverte, Paris, 2007.

SEMESTRE : Deuxième

MATIERE : Système d'information

OBJECTIFS : Ce module permettra à l'étudiant d'approfondir ses connaissances théoriques et conceptuelles en matière de système d'information dans l'entreprise. Aussi, identifier les enjeux liés à l'articulation du système d'information avec le processus de management stratégique, enfin, appréhender les besoins informationnels en matière de gouvernance d'entreprise.

CONNAISSANCES PREALABLES RECOMMANDEES :

Ce cours nécessite des acquis relatifs aux techniques de collecte, de traitement et la diffusion de l'information de gestion, ainsi que le contexte de prise de décisions managériales.

CONTENU DE MATIERE :

I. Le système d'information dans l'entreprise

- 1.1. L'information et ses composantes
- 1.2. Les principaux types de système dans les organisations
- 1.3. Les domaines fonctionnels d'un système
- 1.4. Les couches d'un S.I. dans le cadre de son évolution

II. La gestion des systèmes d'information

1. Lien SI et stratégie : le rôle stratégique des SI
 - Contribution des SI à l'avantage concurrentiel
 - Alignement stratégique
 - Positionnement de la DSI par rapport à la DG
2. Les enjeux informationnels en matière de management stratégique
 1. Les systèmes décisionnels (SIAD)
 2. Les systèmes d'information pour le pilotage de l'entreprise.
 3. La gouvernance des systèmes d'information

MODE D'EVALUATION :

Nature	Contrôle continu	Examen	Epreuve rattrapage
Cours		X	X
Travaux dirigés	X		
% de la note	50%	50%	100%

REFERENCES :

- **ALAIN BERDUGO**, Guide du management des systèmes d'information : thèmes et termes essentiels Paris : Hermes Science, 2002.
- **ANGOT, HUGUES** Système d'information de l'entreprise : Analyse théorique des flux d'information et cas pratiques. Paris : De Boeck université, 1999.
- **DAVIS GORDON** Systèmes d'information pour le management Paris : Economica, 1986.
- **O'BRIEN, JAMES A.** Les systèmes d'information de gestion : la perspective du gestionnaire utilisateur Paris : ERPI, 1995.
- **REIX, ROBERT** Systèmes d'information et management des organisations Paris : Vuibert, 1995.

Enseignement : METHODOLOGIE DE LA RECHERCHE

Semestre : III

Objectifs de l'enseignement :

La méthodologie, combinée à l'épistémologie et à la théorie, est une dimension centrale de toute recherche scientifique. Elle constitue un axe important sur lequel le design d'intelligibilité de la réalité sociale s'appuie, et à plus forte raison la réalité managériale. Cette dimension, qui interpelle tant les paramètres qualitatifs que quantitatifs de la recherche, vise à :

-Donner un caractère scientifique à la recherche en rompant avec les fausses croyances du chercheur.

-Comprendre et expliquer la place du chercheur dans une situation sociale complexe,

-Découvrir la complexité de l'observation empirique d'une réalité sociale,

-Gérer et articuler les différentes étapes de la recherche scientifique.

-Connaissances préalables recommandées :

Quoique le présent module, qui s'inscrit dans une perspective recherche, soit doté d'une configuration programmatique que les étudiants ignorent, il n'en demeure pas moins que certains concepts de base et opératoires sont à réactualiser. Des concepts discutés notamment en S1(Méthodologie) et S6 (Méthodologie de rapport de stage) licence.

Le déroulement des enseignements du module, dont les axes les plus saillants sont ci-dessous exposés, nécessite un volume horaire estimé à 21-24 heures.

Chapitre1: la construction de l'objet de recherche et actions du chercheur

-Accès aux situations sociales: observation et distanciation du chercheur

-Délimitation du champ spatio-temporel de la recherche

-Choix du cadre théorique, fixation des objectifs de recherche et élaboration des hypothèses de recherche

-Différents types de la recherche: recherche-intervention, recherche exploratoire, recherche descriptive, etc.

Chapitre 2: l'approche qualitative de la recherche

-les techniques de collecte des données: l'entretien de recherche (directif, semi-directif et non directif), l'étude de cas, l'observation participante, intervention socio-ethnographique,

-les techniques de traitement des données qualitatives: analyse de contenu.

Chapitre 3: l'approche quantitative de la recherche

-les techniques de collecte des données: le questionnaire, l'échantillonnage et l'enquête sur le terrain

-les techniques de traitement des données: fichiers de données, relations entre variables, les indices et la covariance, etc.

Chapitre 4: la restitution et l'interprétation des résultats de la recherche

-Retour aux hypothèses,

-Retour au cadre théorique,

-Regard critique sur la méthode,

-Formalisation des résultats.

-Mode d'évaluation : Evaluation continue/ Examen de cours.

-Références bibliographiques:

-ALBARELLO Luc (2007), apprendre à chercher, Edition De boeck.

-PAILLE Pierre (sous la dir) (2005), la méthodologie qualitative, Edition Armand Colin.

-ROUSSEL Patrice et WACHEUX Frédéric (sous la dir) (2005), Management des ressources humaines: méthodes de recherche en sciences humaines et sociales.

-WACHEUX Frédéric (1999), méthodes qualitatives et recherche en gestion, Edition Economica,

SEMESTRE : III

MATIERE : Stratégies de portefeuille et d'activités

Compétences requises :

L'apprentissage de la matière « stratégies de portefeuille et stratégies d'activités » nécessite des connaissances préalables en management stratégique. En Effet, il est indispensable pour les étudiants de cette matière d'avoir des pré-requis concernant les notions suivantes:

- ✓ l'entreprise et son environnement,
- ✓ le processus de management stratégique : la planification, l'organisation, la direction et le contrôle,
- ✓ la prise de décisions stratégique,
- ✓ Les principes clés de la segmentation stratégique.

Objectifs de la matière :

Cette matière consiste en une initiation à la stratégie de l'entreprise. Elle a pour objectifs:

- ✓ Maîtriser les fondements de la réflexion stratégique.
- ✓ Comprendre l'analyse stratégique
- ✓ Connaître les principaux outils du diagnostic stratégique
- ✓ Saisir les différents niveaux de la décision stratégique

Programme de la matière

Chapitre 01: la décision stratégique

- ✓ La nature des décisions stratégiques
- ✓ Les niveaux de la stratégie d'entreprise
- ✓

Chapitre 02: Identification des métiers de l'entreprise

- ✓ Définition du métier de l'entreprise
- ✓ Fondements de la segmentation stratégique
- ✓ Les étapes de la segmentation stratégique

Chapitre 03: la gestion du portefeuille d'activités stratégiques : les stratégies d'ensemble

- ✓ Nature et contenu de la stratégie d'ensemble
- ✓ Les matrices stratégiques
- ✓ Les stratégies génériques : spécialisation / diversification

Chapitre 04: les stratégies du domaine d'activité

- ✓ Nature et contenu de la stratégie du domaine
- ✓ Les stratégies génériques et avantages concurrentiels
- ✓ Impact de l'environnement concurrentiel
- ✓ Stratégies d'internalisation ou d'externalisation

Bibliographie :

- DESREUMAUX A., « Introduction à la gestion », Armand colin, 1992.
MARCHESNAY M., Management stratégique, Eyrolles, 1993.
MARCHESNAY M., Management stratégique, Les Editions de l'ADREG, 2004
STRATEGOR, Politique Générale de l'Entreprise, Dunod, Paris, 1997
MARTINET A.C, diagnostic stratégique, Vuibert Entreprise, 1988.
-

Enseignement : Le management international - manager une équipe internationale

Semestre : 3

Objectifs de l'enseignement :

- Comprendre l'impact de la culture sur les situations de management
- Communiquer efficacement en contexte multiculturel,
- Adapter son mode de management à des situations interculturelles.
- ✓ **Connaissances préalables recommandées :**

L'étudiant ayant déjà suivi des enseignements dans les domaines de gestion de ressources humaines, de management opérationnel et stratégique et de management des opérations de commerce international en licence acquis des connaissances élémentaires en management général des fonctions d'entreprise.

Chapitre 01 : Management international, les pré requis

Chapitre 02 : Identifier les facteurs de différenciation culturelle

Chapitre 03 : Les spécificités du fonctionnement d'une équipe internationale

- ✓ Identification des points de convergences et des divergences
- ✓ Définition des objectifs communs
- ✓ Evaluation du temps de travail et de la mise en commun
- ✓ Les points de vigilance
- ✓ Les comportements sociaux
- ✓ Les comportements métiers

Chapitre 04 : Les spécificités relatives à la gestion d'un projet international

- ✓ Principales composantes culturelles et comportementales
- ✓ Spécificités dans l'élaboration du projet
- ✓ Stratégies propres au projet international
- ✓ Le rôle fondamental du manager de projet

Chapitre 04 : Les spécificités relatives au rôle dévolu au manager international

- ✓ Gérer les temps
- ✓ Fédérer des personnes de culture différente
- ✓ Adapter sa communication au contexte international
- ✓ Stratégie d'adaptation
- ✓ Comprendre les comportements de ses collègues de culture différente
- ✓ Prévenir les malentendus culturels et surmonter les conflits, les barrières linguistiques
- ✓ Construction d'un langage commun oral et écrit
- ✓ La communication interculturelle écrite et orale : email, téléphone, courriers, organisation de réunion, planning...
- ✓ Echanger des messages avec des personnes de nationalité différente
- ✓ Veiller aux bons flux de communication

Bibliographie :

- 1- **Benoît Thery, Développer les RH à l'international : Pour une géopolitique des ressources humaines**, Dunod 2011.
- 2- **Céline Bouveret-Rivat, Catherine Mercier-Suissa, PME : conquérir des parts de marché à l'international**, Dunod 2010.
- 3- **Stéphane Chatillon, Droit des affaires internationales**, Vuibert 2011.

Enseignement : MANAGEMENT DE PROJETS

Semestre : III

Objectifs de l'enseignement :

La notion de projet, loin qu'elle revête un caractère moderne ou inédit, est considérée comme l'aboutissement ultime de l'évolution des structures organisationnelles impulsée par l'environnement socio-économique en métamorphose poussée. Pour accompagner et renforcer cette configuration organisationnelle, les managers, et par extension les étudiants suivant ce présent module, seraient en mesure de :

- Maitriser les fondamentaux du management de projet,
- Cerner les compétences secrétant le management de projet,
- Instrumenter le management de projet,
- Mesurer les défis actuels du management de projet.

Connaissances préalables recommandées :

Pour permettre aux étudiants de suivre et, par voie de conséquence, comprendre le sens du présent module, il est important que certains concepts opératoires soient rappelés et actualisés, notamment ceux discutés et mobilisés dans les différents modules, ayant la même texture, lors des différents semestres d'enseignement en licence. Nous pouvons citer les modules: économie d'entreprise, introduction au management, management et gestion des entreprises, management stratégique et contrôle de gestion.

Contenu de la matière:

Le déroulement des enseignements du module, dont les axes les plus saillants sont ci-dessous exposés, nécessite un volume horaire estimé à 42-48 heures, cours et travaux dirigés.

Chapitre1: les fondamentaux et les caractéristiques d'un projet

- Définition(s) d'un projet
- Distinction entre une activité projet et une activité opération
- Les singularités d'un projet

Chapitre 2: les champs d'application du management de projet

- Histoire du management de projet
- Les champs traditionnels d'application: grands projets d'ingénierie et les industries en série

-Le champs actuels d'application: le débordement vers d'autres secteurs d'activité

Chapitre 3: les nouvelles exigences du management de projet

- Les nouvelles compétences des managers de projet
- La maîtrise des coûts, des délais et des risques
- Les instrumentations de management de projet

Mode d'évaluation :

Evaluation continue/ Examen de cours.

Références bibliographiques:

- CORBEL Jean Claude (2012), management de projet: fondamentaux, méthodes et outils, Edition d'Organisation.
- GIARD Vincent(1991), gestion de projet, Edition Economica, 174 p.
- MULLER Jean Louis (2009), management de projet, Edition AFNOR, 123 p.
- MULLER Jean Louis (2011), manager un projet au quotidien, Edition ESF, 206 p.

SEMESTRE : III

MATIERE : Dynamique des marchés et processus concurrentiel

Compétences requises :

L'apprentissage de cette matière nécessite des connaissances préalables en économie d'entreprise et en management de l'entreprise. En Effet, il est indispensable pour les étudiants de cette matière d'avoir des pré-requis concernant les notions suivantes:

- ✓ l'entreprise et son environnement,
- ✓ le processus de décision stratégique : la planification, l'organisation, la direction et le contrôle,
- ✓ la construction d'un avantage concurrentiel
- ✓ Les principes clés de la concurrence et de l'économie de marché

Objectifs de la matière :

Cette matière consiste en un approfondissement des connaissances dans le domaine de l'analyse concurrentielle. Elle a pour objectifs:

- ✓ Maîtriser les fondements de la construction d'un avantage concurrentiel.
- ✓ Comprendre l'analyse stratégique
- ✓ Connaître les principaux outils du diagnostic des systèmes concurrentiels

Programme de la matière

Chapitre 01: les niveaux de l'analyse concurrentielle

- ✓ L'analyse concurrentielle
- ✓ Le cycle de vie du produit
- ✓ Le métier de l'entreprise
- ✓ Le portefeuille d'activités

Chapitre 02: la construction de l'avantage concurrentiel

- ✓ Les sources de l'avantage compétitif
- ✓ La chaîne de valeur
- ✓ Les stratégies génériques

Chapitre 03: les nouvelles sources de l'avantage concurrentiel

- ✓ L'amélioration du fonctionnement de l'organisation
- ✓ L'avantage concurrentiel fondé sur les ressources et les compétences

Chapitre 04: les modèles de l'analyse concurrentielle

- ✓ La matrice du BCG
- ✓ Le modèle ADL
- ✓ Le modèle Mc kinsey

Bibliographie :

DESREUMAUX A., « Introduction à la gestion », Armand colin, 1992.
MARCHESNAY M., Management stratégique, Eyrolles, 1993.
MARCHESNAY M., Management stratégique, Les Editions de l'ADREG, 2004
STRATEGOR, Politique Générale de l'Entreprise, Dunod, Paris, 1997
LEROY FREDERIC, les stratégies de l'entreprise, Dunod, paris 2004

SEMESTRE : troisième

MATIERE : Management interculturel

OBJECTIFS : Le but de ce module est de familiariser les étudiants au processus consistant à appliquer le management des ressources humaines aux contextes internationaux. Les défis de la gestion des ressources humaines en milieu international tels que le travail effectif en équipes multiculturelles. Aussi, présenter les concepts-clés et les outils qui en découlent pour gérer la différence culturelle en situation. Identifier les aptitudes comportementales, psychologiques et intellectuelles qui permettent d'activer les outils du management interculturel.

CONNAISSANCES PREALABLES RECOMMANDEES :

Ce cours nécessite des connaissances transversales dans le domaine de management des entreprises, de la gestion des ressources humaines et de la gestion des opérations de commerce international.

CONTENU DE MATIERE :

I. Management interculturel : concepts et fondements théoriques

1. La dimension culturelle (culture d'entreprise et culture nationale)
2. Démarches, concepts et outils de management interculturel

II. Contexte du management interculturel

1. Stratégie d'internationalisation des entreprises
2. Ajustements structurels et organisationnels
3. Enjeux du management de la diversité

III. Compétences en management interculturel

1. Négociation interculturelle : enjeux et champ de négociation
2. Management d'une équipe multiculturelle : enjeux et capacités managériales
3. Communication internationale : enjeux et mécanismes de compréhension

MODE D'EVALUATION :

Nature	Contrôle continu	Examen	Epreuve rattrapage
Cours		x	X
Travaux dirigés	x		
% de la note	50%	50%	100%

REFERENCES :

- BARMAYER Christoph, Management interculturel et styles d'apprentissage Québec Les Presses de l'université Laval, 2007.
- CHEVRIER Sylvie, Le management interculturel, 2^{ème} éd. PUF, Paris 2010. (Que sais-je ?).
- DEVAL Philippe, Le choc des cultures : management interculturel et gestion des ressources humaines ESKA, Paris 1993
- EQUILBEY Noël Le management interculturel, édition, EMS Paris 2004.
- MEIER Olivier. Management interculturel : stratégie, organisation et performance, 3^{ème} édition, DUNOD. Paris 2008
- RABASSO Carlos A. Introduction au management interculturel : pour une gestion de la diversité, Ellipses, Paris 2007.