

Management Management		Crédits ECTS ECTS Credits: 1
Code cours Course code: MAN		
Coordonnateurs Lecturers : Chantal Milhade, Corinne Chauvneau (IAE Poitiers)	Cours Lectures :	
Période Year of study : 1 ^è année 1 st year	T.D. Tutorials :	
Semestre Semester : 2 ^e semestre 2 nd semester	T.P. Laboratory sessions :	12h00
Evaluation Assessment method(s) : Contrôle continu Continuous assessment	Projet Project :	
Langue d'instruction Language of instruction : Français French	Non encadré Homework :	
Type de cours Type of course : Obligatoire Compulsory	Horaire global Total hours :	12h00
Niveau Level of course : Undergraduate		

Cet enseignement fait partie du parcours management opérationnel en entreprise.

Compétences attendues : Avoir conscience de l'importance de la dimension relationnelle et humaine dans l'atteinte des objectifs techniques de demain. Comprendre les enjeux de la communication interpersonnelle et surtout de celle à destination de collaborateurs potentiels. Maîtriser des principes de base dans les relations quotidiennes à gérer dans l'entreprise qu'il s'agisse d'échanges entre « N » et N-1, ou de N à N+1.

Pré-requis : Aucun

Contenu :

-Organisation de l'entreprise : Mintzberg, OST, Aoki (firme A, firme J), les différentes structures – simple, hiérarchique, fonctionnelle, divisionnelle, matricielle- Chandler –lien stratégie /structure- et Woodward – dépendance de la structure en fonction des process de production).

-Leadership : définition, Blake et Mouton, Likaert, Tannenbaum et Schmidt, Isaac Getz –manager bienveillant et entreprise libérée.

-Motivation: Maslow, Herzberg, Mac Gregor, Adams, Vroom, Locke, autodétermination de Deci et Ryan.

-Innovation: lien entre le marketing et la production en intégrant la façon d'innover d'un point de vue marketing.

Les exercices pratiques servent à appliquer les connaissances acquises à des cas réels. Ils servent également de recentrage et permettent d'éclaircir les points restés obscurs ou encore mal maîtrisés.

Bibliographie : Aucune

Expected competencies: To be aware of the importance of the interpersonal and human factor dimensions for reaching objectives. To understand the challenges of interpersonal communication, and especially toward potential collaborators. To control the fundamental concepts in everyday relations that will have to be managed in the company; either for exchanges between “N” and “N-1” (subordinate), or “N” to “N+1” (superior).

Prerequisites: None

Content:

- Company organization: Mintzberg, scientific management, Aoki (A-firm, J-firm), organization structures – simple, line, functional line, divisional line, matrix organizations- Chandler – strategy vs organizational structure - Woodward – subordination of the organization structure to production processes

- Leadership: definition, Blake et Mouton, Likaert, Tannenbaum et Schmidt, Isaac Getz – benevolent management, F-form company.

-Motivation: Maslow, Herzberg, Mac Gregor, Adams, Vroom, Locke, Deci et Ryan self-determination theory.

-Innovation: ties between marketing and production, factoring in innovation practices based on a marketing-type approach.

Recommended reading: None