

Descriptif de module

Domaine HES-SO Economie et services

Filière Master of Science en Business Administration

1 Intitulé du module **Transformations managériales 2** 2020-2021

| | | | |
|--|---|--|--|
| Code E.MScBA.390.OP33.F.20 | Type de formation * <input type="checkbox"/> Bachelor <input checked="" type="checkbox"/> Master <input type="checkbox"/> MAS <input type="checkbox"/> EMBA <input type="checkbox"/> DAS <input type="checkbox"/> CAS <input type="checkbox"/> Autres | | |
| Niveau <input type="checkbox"/> module de base <input type="checkbox"/> module d'approfondissement <input checked="" type="checkbox"/> module avancé <input type="checkbox"/> module spécialisé | Caractéristique <input checked="" type="checkbox"/> En cas d'échec définitif à un module défini comme obligatoire pour acquérir le profil de formation correspondant, l'étudiant-e est exclu-e de la filière, voire du domaine si le règlement de filière le précise conformément à l'article 32 du Règlement sur la formation de base (bachelor et master) en HES-SO | Type de module <input checked="" type="checkbox"/> module principal <input type="checkbox"/> module lié au module principal <input type="checkbox"/> module facultatif ou complémentaire | Organisation temporelle <input type="checkbox"/> module sur 1 semestre <input type="checkbox"/> module sur 2 semestres <input type="checkbox"/> semestre de printemps <input checked="" type="checkbox"/> semestre d'automne <input type="checkbox"/> Autres |

2 Organisation

| | | |
|----------------------------|---|---|
| Crédits ECTS * 5 | Langues(s) <input type="checkbox"/> allemand <input type="checkbox"/> anglais <input type="checkbox"/> français - allemand <input type="checkbox"/> français - anglais | <input type="checkbox"/> allemand - anglais <input checked="" type="checkbox"/> français <input type="checkbox"/> français - allemand - anglais |
|----------------------------|---|---|

3 Prérequis

- avoir validé le(s) module(s)
- avoir suivi le(s) module(s)
- Pas de prérequis
- Autre

Autres prérequis

4 Compétences visées / Objectifs généraux d'apprentissage *

Le module « Transformations managériales 2 » vise à faire découvrir aux étudiant-e-s les courants et les pratiques managériales en émergence à travers notamment de nombreux exemples concrets puisés dans les réseaux des enseignants.

Le module vise également à permettre aux étudiant-e-s, lors du module Projet Diagnostic stratégique qui se déroule en parallèle, d'interpréter correctement les informations recueillies auprès des responsables de l'organisation qui fait l'objet du diagnostic.

Le module Transformations managériales 2 se décompose en 2 parties : Nouveaux paradigmes organisationnels et managériaux et Transformations managériales et marketing.

À l'issue de la partie « Nouveaux paradigmes organisationnels et managériaux », les étudiant-e-s auront acquis les connaissances de base des valeurs et principes qui sous-tendent les nouveaux paradigmes organisationnels et managériaux. Elles et ils auront expérimenté quelques clés afin de choisir les méthodes managériales les plus adaptées à une situation donnée. Elles et ils auront été confrontés aux principes principaux d'intelligence collective, de motivation et d'engagement et auront mené un travail réflexif sur ces éléments ainsi que sur leur intelligence émotionnelle. Enfin, ils auront bénéficié de quelques retours d'expérience de dirigeants ayant mené des transformations de leur entreprise en se basant sur ces nouveaux paradigmes.

À l'issue de la partie « Transformations managériales et marketing », les étudiant-e-s comprendront les transformations managériales et sauront quels sont les nouveaux outils et méthodes à l'œuvre pour améliorer l'expérience ou le parcours des parties prenantes d'une organisation. Cette partie n'abordera pas les bases du marketing, supposées acquises durant les modules de tronc commun et/ou les études antérieures.

Domaine HES-SO Economie et services
Filière Master of Science en Business Administration

5 **Contenu et formes d'enseignement ***

Dans le cadre de la partie « **Nouveaux paradigmes organisationnels et managériaux** », les étudiant-e-s aborderont les thèmes suivants :

- La digitalisation dans l'entreprise et ses impacts
- Valeurs et principes de l'agilité et applications dans un monde « non informatique » ;
- Principes généraux communs aux nouveaux paradigmes organisationnels et managériaux ;
- Approfondissement de ces principes (par exemple : management agile) ;
- Prérequis et impacts de la transformation sur l'organisation ;
- Exemples pratiques de déclinaison de ces principes (par exemple : holacratie, horizontarchie etc.) ;
- Une journée est spécifiquement dévolue au développement des compétences vers l'Intelligence collective
- Quelques outils ou clés utiles.

Pour clôturer cette partie « Nouveaux paradigmes organisationnels et managériaux », une journée conférence réunissant des entrepreneurs impliqués dans des transformations managériales sera organisée.

Dans le cadre de la partie « **Transformations managériales et marketing** », les étudiant-e-s aborderont les thèmes suivants :

- Connaître le consommateur / le client / les parties prenantes : Observation, Big Data, neuromarketing, ethnographie etc. ;
- Les méthodes agiles dans le marketing : growth hacking et inbound marketing ;
- Le parcours client et l'expérience client : immersion, 5 sens et communication omni-canal ;

La partie « Transformations managériales et marketing » se déroulera selon un format séminaire avec une présentation des éléments théoriques, suivie de discussions et de mises en pratique au moyen d'études de cas voire d'expérimentations ou de simulations.

6 **Modalités d'évaluation et de validation ***

Chaque étudiant-e sera évalué-e sur la base de travaux individuels et de contributions à des travaux de groupe. Les travaux incluront notamment :

- Pour la partie « Nouveaux paradigmes organisationnels et managériaux » (50% de la note finale) : l'évaluation sera composée d'une fiche partageable sur un outil concret (50%) ainsi qu'un ePortfolio (50%);
- Pour la partie « Transformations managériales et marketing » (50% de la note finale) : participation individuelle aux discussions et présentations en groupe.

En cas de remédiation, l'épreuve pourra être organisée sous la forme d'un examen oral.

Cet examen portera sur la partie (« Nouveaux paradigmes organisationnels et managériaux » et/ou « Transformations managériales et marketing »), dont la note est inférieure à 4. L'autre note, si elle est égale ou supérieure à 4, est conservée.

7 **Modalités de remédiation ***

- remédiation possible
- pas de remédiation
- Autres modalités (préciser ci-dessous)

7a **Modalités de remédiation (en cas de répétition) ***

- remédiation possible
- pas de remédiation
- Autres modalités (préciser ci-dessous)

Autres modalités de remédiation

si Note [3.5;3.9] et si le module n'a pas été auparavant en situation d'échec. L'étudiant-e obtient au maximum la note 4.0

8 **Remarques**

Les notes sont établies sur une échelle de 1 à 6.

9 **Bibliographie**

- Pour la partie « Nouveaux paradigmes organisationnels et managériaux » : une abondante bibliographie sur les différents thèmes abordés est fournie en début de l'intervention (F. Laloux, D. Turcq, V. Lenhard, I. Delannoy, J. Lamri, B. Robertson, etc.)

10 **Enseignants**

Nom du responsable de module *

Jean-Pierre Rey, Nathalie Junod et Sabine Emad

Descriptif validé le *

11.11.2020

Descriptif validé par *

Vanessa Hanifa