



UNIVERSITÉ PARIS II
PANTHÉON - ASSAS



FORMATIONS : DROIT • SCIENCES POLITIQUES
ÉCONOMIE • GESTION • INFORMATION - COMMUNICATION

DIPLÔME D'UNIVERSITÉ FORMATION À LA RECHERCHE EN GESTION DES ORGANISATIONS (FORMATION CONTINUE)

2021/2022

Direction: Mme Véronique CHANUT, Mme Nathalie GUIBERT
Diplôme d'université (DU) - Économie

DIPLÔME DÉLIVRÉ:
Diplôme d'Université

DURÉE DES ÉTUDES:
1 ou 2 ans

MODALITÉS D'ENSEIGNEMENT:
Formation continue

► PRÉSENTATION

L'arrêté du 7 août 2006 sur les études doctorales spécifie dans son article 14 que « pour être inscrit en doctorat, le candidat doit être titulaire d'un diplôme national de master ou d'un autre diplôme conférant le grade de master, à l'issue d'un parcours de formation établissant son aptitude à la recherche ».

► OBJECTIFS

Ce DU vise à réaliser une mise à niveau sur le plan théorique et méthodologique en vue de l'élaboration d'un projet de recherche en Sciences de Gestion pouvant conduire à une thèse de doctorat.

Il est rappelé que l'inscription en doctorat relève de la décision exclusive des écoles doctorales et du directeur de thèse. Le DU est indépendant de cette procédure.

Cette formation est assurée essentiellement par les chercheurs du LARGEPA, Laboratoire de recherche en Gestion de l'université Paris 2 Panthéon-Assas / Sorbonne Université. Le laboratoire effectue des recherches en marketing, gestion des ressources humaines, management public, logistique et stratégie des entreprises.

Ce DU poursuit trois objectifs généraux :

1. Proposer une structure d'accompagnement adéquate à des personnes ayant un projet de recherche, dans le cadre ou après un Master 2, préalablement à une éventuelle inscription en thèse ;
2. Faire acquérir les techniques et méthodologies de recherche en sciences de gestion ;
3. Former à la construction du savoir scientifique dans le champ de la gestion des organisations.

Les objectifs pédagogiques sont les suivants :

- L'apprentissage ou le renforcement des connaissances théoriques et épistémologiques,
- La maîtrise des techniques et méthodes de recherche,
- Stimuler la capacité à mener une recherche personnelle :



UNIVERSITÉ PARIS II
PANTHÉON-ASSAS



FORMATIONS : DROIT • SCIENCES POLITIQUES
ÉCONOMIE • GESTION • INFORMATION - COMMUNICATION

L'apprentissage de la recherche se fait aussi et surtout par la recherche. Au-delà de la participation aux séminaires de recherche mensuels organisés au sein du Largepa qui permettent de découvrir, analyser et critiquer les travaux réalisés par des étudiants de doctorat et des enseignants-chercheurs, la rédaction du projet de recherche est l'occasion pour l'étudiant de se confronter à une problématique propre et de mener à bien sa recherche personnelle.

Le projet de recherche est réalisé sous la direction de l'un des enseignants-chercheurs du DU qui doit donner son accord sur la définition de la problématique. Le mémoire aborde des aspects théoriques et méthodologiques.

L'objectif scientifique est de nourrir des axes de recherche en phase avec les préoccupations des organisations privées ou publiques comme avec celles du monde académique. Dans cette perspective, les travaux sont principalement orientés autour des problématiques définies par le LARGEPA.

► ADMISSION

NIVEAU D'ENTRÉE:

► PROFIL RECOMMANDÉ

Cette formation est proposée :

- Aux professionnels en activité, titulaires d'un diplôme de niveau Master, qui envisagent une recherche ;
- Aux étudiants de formation continue inscrits dans les Masters 2ème année de Gestion de l'université Paris 2 Panthéon-Assas : CIFFOP, Marketing et Communication des Entreprises, Management des projets Logistiques...
- Aux étudiants titulaires d'un Master dans une discipline autre que celle des Sciences de Gestion



UNIVERSITÉ PARIS II
PANTHÉON - ASSAS



FORMATIONS : DROIT • SCIENCES POLITIQUES
ÉCONOMIE • GESTION • INFORMATION - COMMUNICATION

► ORGANISATION DES ÉTUDES

Il est possible de suivre cette formation sur 2 ans.

La formation comprend :

- un enseignement de spécialité : 18 h à choisir dans le programme du Master 2 Recherche en Gestion des Organisations en formation initiale (Marketing, Gestion des Ressources Humaines, Grandes Politiques Publiques, Stratégie, etc...) selon que le projet de recherche relève de l'une ou l'autre de ces disciplines ;
- deux enseignements fondamentaux : 36 h à choisir dans le programme du Master 2 Recherche en Gestion des Organisations en formation initiale ;
- des ateliers de suivi des projets de recherche individuels : 30 h ;
- la possibilité de participer aux séances mensuelles du LARGEPA : 20h (à titre indicatif) ;

Dans tous les cas, les cours et ateliers seront dispensés au Pôle Gestion de l'université Paris 2 Panthéon-Assas/Sorbonne Universités.

► PROGRAMME

ENSEIGNEMENTS FONDAMENTAUX | 8 cours magistraux (2 au choix)

Epistémologie et méthodologie en sciences de gestion | Pr. Guibert

1er semestre - 18h

Cet enseignement présente les grands enjeux des recherches en sciences de gestion en les situant par rapport à l'histoire des sciences. Les méthodologies de recherches doctorales sont exposées et illustrées par des exemples. Un accent est mis sur la conception du mémoire de Master Recherche.

Politiques Marketing | Pr. Hetzel

1er semestre - 18h

Cet enseignement comporte une analyse des recherches dans les grands champs du marketing, en particulier le marketing international, Business to Business, e-marketing, la stratégie marketing et les modes de distribution et de communication.

Méthodes qualitatives | Mme Voynet-Fourboul

1er semestre - 18h

Ce cours de méthodologie de la recherche a pour objectif la présentation des principes de l'analyse qualitative. Les éléments de justification du recours aux méthodes qualitatives comme stratégie de recherche sont tout d'abord mises en évidence. Une attention particulière est accordée aux conditions de scientificité des méthodes. Le propos s'articule ensuite autour de la question de la construction d'un design de recherche qualitatif, de sa mise en œuvre et de son instrumentation concrète. Les séances s'organisent sous la forme de cours magistraux et de discussion d'articles de recherche par les étudiants.

Modélisation pour la recherche en gestion | Mme Pez

1er semestre - 18h

Ce cours a pour objectif d'aider l'étudiant à construire une recherche. Il fournit les éléments méthodologiques nécessaires à l'élaboration d'une problématique en sciences de gestion, la formulation des concepts et leurs positionnements respectifs. Il traite également la question de la mesure et des principales méthodes d'analyses qui en



UNIVERSITÉ PARIS II
PANTHÉON - ASSAS



FORMATIONS : DROIT • SCIENCES POLITIQUES
ÉCONOMIE • GESTION • INFORMATION - COMMUNICATION

découlent.

Stratégie des entreprises | Pr. Vinot

1er semestre - 18h

Cet enseignement vise à fournir aux auditeurs « apprentis chercheurs » les fondamentaux d'une réflexion critique sur l'évaluation stratégique des organisations aujourd'hui. A cette fin une approche multi thématique est retenue, dans une perspective dialectique des concepts, méthodes et outils de l'évaluation stratégique. Le séminaire est construit en interactivité avec les auditeurs (cours magistraux, revue de littérature, entraînement à l'analyse conceptuelle), afin de les accompagner dans leur formation à une réelle maîtrise des méthodes, tant au niveau des pratiques que de leurs analyses.

Techniques quantitatives | M. Militaru

(cours commun avec les étudiants du Master I3M)

1er semestre - 18h

Le but poursuivi par cet enseignement est d'aborder les techniques quantitatives intervenant dans l'analyse des données marketing et gestion. Sa philosophie est d'apporter des connaissances de base en ce domaine, sans recourir à un formalisme mathématique poussé, en insistant sur la nécessaire compétence de dialogues entre spécialistes du marketing et de la communication et spécialistes en méthodes et modèles.

Il vise essentiellement à décrire les divers types de données existantes, expliquer les techniques de sondage, faire connaître la précision du jugement sur échantillon, expliquer les modèles quantitatifs : modèle linéaire, prévision, analyse de variance. Il présente les méthodes de l'analyse de données : analyse factorielle, typologie, analyse discriminante.

Théorie des Organisations | Pr. Chanut

1er semestre - 18h

Cet enseignement présente la théorie des organisations en le replaçant dans le contexte des sciences de gestion. Il porte sur les théories traditionnelles, les organisations conçues comme systèmes, la théorie de la décision, les approches interactionnistes et leur cadre théorique. Il présente enfin les liens existants entre l'organisation et la société en général.

ENSEIGNEMENTS DE SPÉCIALITÉ | 1 cour au choix parmi les suivants

Communication persuasive | Pr. Gollety

2e semestre - 18h

L'objectif de ce module est de présenter l'évolution des différents courants de recherche traitant de la communication persuasive et en particulier les acquis les plus récents de la recherche scientifique dans ce domaine. En s'appuyant sur l'analyse d'articles de recherche majeurs, la modélisation des processus de persuasion publicitaire - exercice consubstantiel à toute démarche scientifique - et la question de la mesure qui en découle seront abordées.

Évaluation et comparaison sectorielle | M. Militaru

2e semestre - 18h

L'objectif principal de cet enseignement est de faire acquérir aux étudiants les concepts, méthodes et outils nécessaires pour conduire le diagnostic stratégique d'un secteur économique. Il permettra de comprendre les problématiques de développement des différents secteurs d'activités et leurs interactions avec la stratégie des entreprises.

Évaluation des politiques publiques | Pr. Chanut

2e semestre - 18h



UNIVERSITÉ PARIS II
PANTHÉON - ASSAS



FORMATIONS : DROIT • SCIENCES POLITIQUES
ÉCONOMIE • GESTION • INFORMATION - COMMUNICATION

« Rendre des comptes » devient un impératif majeur pour les Organisations publiques confrontées à de nouvelles turbulences et l'évaluation s'impose aujourd'hui comme un outil essentiel de la « nouvelle gestion publique ». Cet enseignement brosse un tableau des expériences menées dans le secteur public en matière d'évaluation.

Prospectives et stratégies du futur | M. Hervouët

2e semestre - 18h

Cet enseignement se fixe pour objectif de poser les bases d'une culture de l'appréhension offensive du futur. Il permet d'étudier l'articulation nécessaire entre une vision construite des possibles et l'élaboration de stratégies réalistes. Adossé à l'expérience du passé, enrichi de l'étude de cas concrets et d'outils méthodologiques pragmatiques, cet enseignement est une ouverture vers la pratique stratégique.

Recherches en Marketing | Pr. Guibert, Pr. Drennan, Pr. Quester

2e semestre - 18h

Ce cours se structure autour de quatre thèmes principaux : Globalisation et Marketing ; Nouveaux comportements des consommateurs ; Évolution des canaux de distribution et de communication ; Développements Méthodologiques de la discipline. Les conférences présentent aux étudiants des expériences de recherches exemplaires dans ces axes thématiques.

Recherches en GRH | Pr. Brillet, Pr. Chanut

2e semestre - 18h

Les objectifs de ce séminaire sont les suivants : délimiter le périmètre de ce champ particulier de la recherche, clarifier les concepts fondamentaux, les théories constitutives et les « savoirs » de la GRH, confronter et fédérer les pratiques de recherche en GRH, positionner la recherche en GRH par rapport à sa demande sociale, éclairer les modes de valorisation des travaux de recherche en GRH.

Recherche en stratégie | Pr. Pelé, M. Welté

2e semestre - 18h

Cet enseignement a pour objectif de rechercher les facteurs ayant une influence sur la compétitivité des entreprises, mettre au point des indicateurs et de construire une typologie des stratégies. Cette recherche active de la part des étudiants se déroule en deux étapes : la première consiste à observer des cas concrets d'entreprises, les grandes orientations stratégiques en matière de directions, les modes et dimensions de la croissance des firmes. La seconde consiste en une réflexion sur l'émergence de tendances stratégiques aboutissant à une amélioration de la compétitivité d'entreprises.

► PLUS D'INFORMATIONS

<http://cfp.u-paris2.fr/fr/formations/offre-de-formation/diplome-duniversite-formation-la-recherche-en-gestion-des>

► CONTACT

Centre Guy de la Brosse

Tél. + 33 (0)1 83 97 68 45



UNIVERSITÉ PARIS II
PANTHÉON-ASSAS



FORMATIONS : DROIT • SCIENCES POLITIQUES
ÉCONOMIE • GESTION • INFORMATION - COMMUNICATION

► CANDIDATURES

Le [dossier de candidature](#) est à envoyer par email (adresse de contact affichée au-dessus).

► COÛT DE LA FORMATION

1 800 € + les droits d'inscription à l'Université