

CHOIX D'OPTION



Composante
EDS - Institut
d'administration
économique
et sociale
(IAES)



Période de
l'année
Automne

Liste des enseignements

À choix 11 Matière 18.0L3 – AES – Communication S1 et S2 Cours de Monsieur LE PAJOLEC Sébastien Cet enseignement vise à comprendre comment les marques construisent une image. Le cours débute par des rappels historiques (développement de la culture de masse et de la publicité, développement des supports médiatiques et de la circulation de l'information) et théoriques (qu'est-ce qu'un message ? Un émetteur ? Un récepteur ?) sur la communication. Ensuite on expliquera les modalités selon lesquelles une entreprise développe l'image de marque de ses produits auprès des consommateurs (construction narrative, mise en place d'une reconnaissance sensible pour rendre la marque identifiable, adoption de valeurs morales et sociales en phase avec les aspirations de la société pour améliorer l'image de l'entreprise). Enfin on se concentrera sur le discours publicitaire en analysant l'évolution dans le temps de plusieurs marques à travers leur communication (affiche, spots...)

Matière 18.0COURS DE MME ANDREASSIAN EN GESTION APPLIQUEE LICENCE 3E ANNEE Dossier n° 1. La théorie économique et l'entreprise Problèmes posés Les fondements théoriques de la gestion et du management des entreprises. Les représentations de l'entreprise. Questions-clés Quelle est l'évolution des représentations de l'entreprise dans la théorie économique depuis le XIXe siècle ? Notions abordées : représentations, coûts de transaction, contrats et conventions. Dossier n° 2. Le gouvernement des entreprises Problèmes posés La répartition du pouvoir entre actionnaires et managers. La légitimité du pouvoir dans les entreprises européennes. Questions-clés Les actionnaires font-ils confiance aux managers pour réaliser leurs objectifs ? L'opposition entre les différents courants de pensée sur le gouvernement d'entreprise. Notions abordées Historique des modes de direction, share-holders et stake-holders, théorie des contrats, vigilance réciproque et aléa moral, asymétrie d'information. Dossier n° 3. Compétitivité et rentabilité des entreprises Problèmes posés Les liens entre les notions de productivité, de compétitivité et de rentabilité. Questions-clés : Compétitivité versus Rentabilité ? Quelles raisons au retard français en matière de compétitivité ? Quelles évolutions dans les modes d'évaluation de la performance de l'entreprise ? Notions abordées Productivité, compétitivité, rentabilité économique et financière, MVA et EVA. Dossier n° 4. Les nouveaux territoires de l'entreprise Problèmes posés Les problèmes de la définition des frontières de l'entreprise. La recherche de compétitivité et la délocalisation : relocalisation. Questions-clés : Comment les stratégies de gestion de la chaîne de valeur (internalisation, externalisation), de localisation (délocalisations, relocalisations), de coopération ou de compétition peuvent-elles répondre à la recherche de compétitivité ? Notions abordées Délocalisation, externalisation, coopération, réseau d'entreprises, clusters, entreprise en réseaux. Dossier n° 5. L'étude des entreprises de petite taille Problèmes posés : Les évolutions du contexte économique et social et les fondements des nouveaux outils de gestion. Questions-clés Quel est le poids économique des PME face aux grandes entreprises ? Quels risques encourent-elles ? Quelles opportunités se présentent-elles ? Dossier n° 6. Entreprises et risques Problèmes posés L'évaluation des risques de l'entreprise et leur couverture. Le rôle croissant du Risk management. Questions posées : Les différents risques de l'entreprise La gestion du risque Risques de l'entrepreneur, risques du dirigeant et risques de l'entreprise. Notions abordées Risque, risques d'entreprise, risque assurable. Matière 19.5