

Stratégie réseau

Niveau d'étude
Bac +5

Composante
**Institut d'Administration
des Entreprises (IAE)**

Période de l'année
Semestre 3

En bref

- # **Langue(s) d'enseignement:** Français
- # **Méthodes d'enseignement:** A distance
- # **Organisation de l'enseignement:** Formation initiale, Formation continue
- # **Ouvert aux étudiants en échange:** Non

Présentation

Description

Le réseau relationnel est généralement reconnu depuis une dizaine d'années comme un véritable capital personnel, au même titre que le capital financier, le capital intellectuel et le capital physique. Dans la conduite de l'action stratégique et managériale, la capacité à mettre en œuvre une stratégie-reseau (Marcon & Moinet, 2000) se révèle une ressource précieuse dont la maîtrise est de plus en plus recherchée par les entreprises.

Or, si chacun peut estimer s'inscrire dans un réseau relationnel « naturel », cela ne suffit pas à en comprendre la dynamique et à mettre en œuvre une véritable action-reseau, reconnue par tous les professionnels de l'intelligence économique comme une variable d'action décisive.

L'extrême visibilité et la mode des réseaux socio numériques conduit parfois à confondre la maîtrise des outils de médiation numérique avec la capacité à agir stratégiquement avec ceux-ci. Par ailleurs, tout indique que dans la conduite de l'action économique, comme de l'action politique ou associative, les acteurs s'appuient encore de manière déterminante sur les formes plus traditionnelles du réseau social en général, du réseau professionnel en particulier.

Objectifs

Ce cours a pour objectif de donner aux étudiants des connaissances solides sur les réseaux d'acteurs, des méthodes d'analyse de contextes réticulaires, des outils de management personnel et en réseau. Pour ce faire, le cours s'appuie sur nos propres recherches autant que sur les multiples recherches effectuées sur ce sujet en sciences de l'information et la communication, en sociologie et en sciences de gestion.

Heures d'enseignement

TD	TD	30h
----	----	-----

Programme détaillé

CHAPITRE 1. DU CONCEPT DE RESEAU AUX FORMES CONTEMPORAINES

CHAPITRE 2. ANALYSER LES RESEAUX AVANT D'AGIR

CHAPITRE 3. METTRE EN PLACE UNE STRATEGIE RESEAU

CHAPITRE 4. AGIR EN RÉSEAU

Bibliographie

BARAIS Delphine & MARTI Marie-Jeanne, Cultivez efficacement vos réseaux, 2009

BERTEREAU Virginie, Développer son réseau professionnel, L'Express éditions, janvier 2006

BOMMELAER Hervé, Trouver le bon job grâce au réseau, Editions Eyrolles, 2009

CAMBAZARD Sophie, Les meilleurs réseaux professionnels, Editions J'ai Lu, Collection Vie active et Courrier Cadre, 2005

CARNEGIE Dale, Comment se faire des amis, Editions Livre de poche, 1990

GROSSMAN Leslie, Link out, Wiley and sons, 2013

LAZEGA Emmanuel, Réseaux sociaux et structures relationnelles, PUF Collection Que sais-je ? Paris, 1998, n° 3399 accessible en ligne directement pour les étudiants de l'université, via le site de la bibliothèque

LE BOTERF Guy, Travailler en réseau : partager et capitaliser les pratiques professionnelles, Editions d'organisation, 2004

MARCON Christian et MOINET Nicolas, La stratégie-réseau, Editions 00h00, 2000

MARCON Christian & MOINET Nicolas, Développez et activez vos réseaux relationnels, Dunod, Paris, 2004

MARCON Christian & MOINET Nicolas, L'effet de levier réticulaire : un concept opératoire pour les stratégies d'intelligence économique, Revue Internationale d'Intelligence Economique, n°10 1/2018

MORISSONNEAU Didier, Networking, parce qu'on n'a jamais trop d'amis, Les éditions de l'homme, 2013

Infos pratiques

Lieu(x)

Poitiers-Centre Ville

En savoir plus

<https://iae.univ-poitiers.fr/formation-a-distance/>