

Dynamiques organisationnelles

Niveau d'étude
Bac +4

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

Période de l'année
Année

En bref

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

Présentation

Description

Poussées par une logique économique, nombre d'entreprises n'hésitent pas à se développer hors de leurs frontières afin de réaliser des économies d'échelle. D'autres, fortes de leurs avantages concurrentiels guettent les opportunités considérables qu'offrirait tel ou tel développement international de leurs activités.

L'environnement dans lequel s'opèrent ces démarches admet toutefois un degré élevé de complexité.

Le développement d'une entreprise hors de ses frontières implique à cet égard l'analyse d'une pluralité de réalités géographiques, politiques, économiques et juridiques, qui se manifestent et interagissent à différentes échelles. Certaines firmes optent pour la mise en place de veilles par pôle, afin d'évaluer (le plus précisément possible) l'effet de la dynamique de chacun de ces cadres sur leurs activités (sur les plans tant humain, qu'économique et/ou managérial).

Heures d'enseignement

TD TD 35h

Programme détaillé

IERE PARTIE : ENJEUX, RESSOURCES ET CONTRAINTES

IIEME PARTIE : LES STRUCTURES DE GESTION DE L'ORGANISATION INTERNATIONALE

Bibliographie

BARABEL M., MEIER O. (2015) , Manageor, Paris Dunod.

COLLIN B., ROUACH D. (2009), Le modèle l'Oréal, Paris, Pearson.

HELPER J.-P., KALIKA M., ORSONI J. (2008), Management. Stratégie et Organisation, Paris, Vuibert.

HUAULT I. (1998), Le management international, Paris, La Découverte.

LEMAIRE J.-P. (2013), Stratégies d'internationalisation, Paris, Dunod.

MAYRHOFER U., URBAN S. (2011), Management international, Paris, Pearson.

MEIER O. (2016), Management interculturel, Paris, Dunod.

MEIER O., SCHIER G. (2005), Entreprises multinationales, Paris, Dunod.

USUNIER N., PRIME N. (2004), Le marketing international, Paris, Vuibert.

Infos pratiques

Lieu(x)

Poitiers-Centre Ville



En savoir plus

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