

Appel à intention de communication

Journées de pratique et de recherche « Approches créatives et critiques de l'apprentissage du management »

Thématique des ateliers de pratique : Art et enseignement

Les 13 et 14 Décembre 2018

Localisation : LILLIAD – Université de Lille



Portées par le groupe thématique de recherche MACCA (**méthodes et approches créatives et critiques de l'apprentissage et de la formation au management**) et soutenues par les **différentes associations scientifiques en sciences de gestion**, ces journées de pratique et de recherche proposent d'alterner des échanges autour de travaux de recherche et des ateliers au cours desquels des outils pédagogiques seront présentés et expérimentés par les participants.

NB : ces journées seront organisées en visioconférence pour nos collègues en dehors de la France qui ne peuvent se déplacer.

1. Appel à intention de communication

Nous vivons aujourd'hui dans un monde en pleine mutation (mondialisation, financiarisation, digitalisation, mais aussi développement de la responsabilité sociétale des entreprises, de l'économie sociale et solidaire, etc.). Avec ces mutations se développent de nouvelles pratiques managériales qui transforment le fonctionnement des organisations. Il convient alors, en tant qu'enseignant-chercheur, d'analyser et de questionner ces nouvelles pratiques et leur enseignement au sein de nos institutions.

En recherche, nombre d'auteurs s'accordent à penser et à dire et à penser que nous vivons un changement de paradigme en management (Barry & Hansen, 2008). Pour certains, les capacités d'apprentissage doivent être placées au cœur du fonctionnement des organisations (Clarke et Clegg, 2000). La pratique des acteurs sociaux est alors centrale dans la construction de connaissances (Gherardi, 2009). Pour d'autres, comme Lacan (2016), il est important pour les managers de se reconnecter aux émotions pour mieux comprendre et satisfaire les nouveaux

besoins des acteurs (créativité, lien social, vivre et faire ensemble, etc.). Enfin, certains attirent notre attention sur le regard critique que nous devrions porter sur les pratiques gestionnaires actuelles des entreprises pour redonner du sens au caractère socialement construit des phénomènes organisationnels et développer « une éthique de l'engagement responsable de l'enseignant-chercheur » (Chanlat, 2015 : 95).

Par ailleurs, le monde multiculturel, global, hétérogène, virtuel, connecté dans lequel évolue nos étudiants (Serres, 2012), nous invite à repenser, revoir, réévaluer nos approches et outils pédagogiques et à réinventer l'apprentissage du management tout au long de la vie. Ces mutations liées à la large diffusion des connaissances et des savoirs conduisent à nous interroger sur la portée (et la pertinence) de nos enseignements en sciences de gestion et à nous engager dans une démarche d'innovation pédagogique (Antonacopoulou, 2010). Parmi les méthodes et outils pédagogiques innovants développés ces dernières années nous trouvons les outils ludopédagogiques (jeux de simulation, jeux de rôle, jeux de construction, *serious games*, etc.) et les méthodes tirées de l'art et du design (écritures créatives, théâtre, performances, photo, vidéo et autres formes de dialogue avec l'art contemporain, les arts du cirque ou les musées, etc.). Se développent également de nouvelles approches de l'apprentissage mobilisant des supports technologiques et numériques.

Enfin, Rousseau (2012) rappelle justement que les pédagogies innovantes affectent le cadre institutionnel dans lequel elles interviennent et conduisent à des changements de cursus, de programmes, de cours. Ces journées invitent donc également à interroger le contexte institutionnel dans lequel ces approches et outils sont mis en œuvre et à apprécier comment ceux-ci affectent le rôle et la place des étudiants dans le processus d'innovation pédagogique. Elles questionnent également le fonctionnement de nos institutions et leur capacité à offrir aux étudiants, qu'ils soient en formation initiale, par l'apprentissage ou en formation continue, des parcours adaptés à leur attentes et à celle des entreprises sans renier notre mission de transmettre des savoirs à la fois pratiques et théoriques. Enfin, alors que traditionnellement l'apprentissage du management, notamment auprès des étudiants, s'effectue en salle de classe celle-ci n'est pas nécessairement le lieu de prédilection des apprentissages (Mintzberg, 2004). Ainsi, l'entreprise, mais aussi, le cinéma, le théâtre, les villes, les musées, etc. peuvent également constituer des lieux d'apprentissage.

En synthèse, cet appel à communication s'articule autour de trois axes :

- le premier, en référence aux mutations économiques et sociales, questionne l'apprentissage et l'enseignement du management aujourd'hui pour encourager la réflexivité et la créativité dans les organisations ;
- le deuxième propose un examen des outils (par exemple, les outils *Ludo pédagogiques*, les *Art-based methods*, etc.) et des supports de l'apprentissage (*numérique, expérience*, etc.), comme moyen de développer la réflexivité et la créativité des apprenants tout au long de la vie ;
- le troisième questionne le positionnement des institutions (écoles, mais aussi organisation au sens large) par rapport aux questions soulevées dans les deux axes précédents.

En lien avec ces trois axes voici quelques questions de recherche susceptibles de répondre à l'appel à communication :

- Pourquoi et comment favoriser les méthodes créatives et critiques (pensée critique et réflexive) ?

- Que signifie apprendre tout au long de la vie, dans quel cadre institutionnel (école, entreprise, autres lieux) ?
- Quel regard porte-t-on sur nos pratiques d'enseignant-chercheur ?
- Quelle pratique managériale doit-on enseigner et « quelle responsabilité » de l'enseignant-chercheur face aux enjeux socioéconomiques contemporains ?
- En quoi consistent ces approches et outils créatifs et critiques ?
- Quel(s) effet(s) peut-on attendre de ces nouvelles approches pédagogiques ?
- En quoi sont-elles différentes des approches communes ou comment font-elles la différence ?
- A quels objectifs de formation ou d'acquisition de savoirs, compétences, habiletés ces méthodes ou programmes innovants répondent-ils ?
- Comment ce type de méthodes s'intègre-t-il aux différents programmes et cursus de management (formation initiale, MBA, DBA etc.) ?
- Comment nos structures et institutions d'enseignements, parfois anciennes, peuvent-elles soutenir ce type de démarche ? A quelles fins ?
- Quel est le rôle des institutions comme lieu d'apprentissage (université, entreprise) ?
- De quelles ressources disposent-elles pour porter et diffuser ces innovations pédagogiques ?
- Quels lieux pour apprendre ? Quels liens entre ces différents lieux ?
- Quelle serait en d'autres termes la philosophie de la connaissance qui sous-tend ces approches créatives ?

2. Format des intentions de communication

Le format classique des communications est de 20 pages maximum bibliographie et annexes comprises. Il sera rédigé en Times New Roman (12 points), en interligne un et demi et sera justifié. Les pages numérotées seront sans *en-tête* ni *pied de page*.

La première page, non numérotée, comprendra uniquement :

- le titre de l'article (Times 18 gras) ;
- le(s) nom(s) de(s) auteur(s) et leur affiliation (Times 14 gras) ;
- l'adresse postale et électronique, le téléphone de l'auteur à qui la correspondance doit être adressée (Times 12) ;
- un résumé à interligne simple d'environ 500 mots indiquant la problématique, la méthodologie et les principaux résultats de l'article (Times 12, justifié) ;
- un maximum de cinq (5) mots clés qui se référeront aux thèmes et concepts centraux développés dans l'article (Times 12).

La deuxième page ne doit contenir que le titre de l'article et le résumé ; elle ne doit pas mentionner le(s) auteur(s). Dans sa première version, le texte dans son ensemble doit être rendu anonyme.

Ces journées sont également ouvertes à des communications dont **le format peut être alternatif** (livre, vidéo, œuvre, etc.) dont l'objet vise plus à proposer un retour sur une expérience pédagogique ou d'apprentissage que vous conduisez ou avez conduite. Dans ce cas, vous pouvez envoyer votre communication au format souhaité avec un court texte expliquant l'innovation ainsi que les retours que vous souhaitez obtenir sur cette communication.

3. Dates

19 octobre 2018 : date limite d'envoi des intentions de communication aux adresses suivantes : fabrice.caudron@univ-lille.fr, isabelle.derumez@u-pec.fr et philippe.lepinard@u-pec.fr.

19 novembre : retour aux auteurs.

L'accès aux journées est gratuit mais l'inscription est obligatoire via le formulaire suivant : <https://goo.gl/forms/Mhq30Si3hgM0heJG2>.

4. Comité d'organisation

- Fabrice Caudron, RIME LAB, IAE Lille, fabrice.caudron@univ-lille.fr
- Frédéric Sauvage, RIME LAB, IAE Lille, frederic.sauvage@univ-lille.fr
- Philippe Lépinard, IRG, Université Paris-Est, philippe.lepinard@u-pec.fr
- Eila Szendy, Université Paris 8, alaa.szendy-el-kurdi02@univ-paris8.fr
- Isabelle Vandangeon-Derumez, IRG, Université Paris-Est, isabelle.derumez@u-pec.fr

5. Comité scientifique

- Marianne Abramovici, Université Paris-Est Marne-La-Vallée
- Pascale Borel, Groupe ESC Clermont
- Isabelle Bouty, Université Paris Dauphine
- Guillaume Bourlet, IUT Sénart UPEC
- Imed Boughzala, Télécom École de Management
- Emilie Bourlier, ESC-Clermont
- Didier Calcei, Groupe ESC Troyes en Champagne
- Didier Cazal, IAE Lille
- Sylvie Chevrier, Université Paris-Est Marne-La-Vallée
- Frédérique Chedotel, Université d'Angers
- Robert H Desmarteau, ESG UQAM
- Aurélie Duzert, Université Paris-Sud
- Carole Drucker-Godard, Université Paris Nanterre
- Jean-Pierre Dumazert, Groupe Sup de Co La Rochelle
- Mickael Dupré, UBO Université de Bretagne Occidentale
- Claire Edey-Gamassou, Université Paris-Est Créteil
- Valérie Fernandes, Groupe Sup de Co La Rochelle
- Camille Grange, HEC Montréal
- Jérôme Ibert, IAE Lille
- Olivier Joffre, Université Paris-Est Créteil
- Catherine Maman, Université Paris-Est Marne-La-Vallée
- Hélène Michel, Grenoble École de Management
- Stephan Peze, Toulouse School of Management
- Anne-Laure Saives, ESG, UQAM
- Mathias Szpirglas, Université Paris-Est Marne-La-Vallée
- Christelle Theron, Toulouse School of Management
- Julie Tixier, Université Paris-Est Marne-La-Vallée
- Christophe Vignon, IAE Rennes
- Robert Viseur, UMONS – Université de Mons

6. Programme général provisoire des deux journées

Jeudi 13 décembre 2018

- Matin : communications
- Après-midi : ateliers

Vendredi 14 décembre 2018

- Atelier pré-conférence : initiation au Tai Chi Chan
- Matin : communications
- Après-midi : ateliers

7. Localisation

L'ensemble des journées MACCA se déroulera sur le site de LILLIAD – Learning Center Innovation – de l'Université de Lille - Métro ligne 1 - Station « Cité Scientifique - Professeur Gabillard ».



Événement organisé par :



UNIVERSITÉ
PARIS-EST CRÉTEIL
VAL DE MARNE



Université
de Lille



Avec le soutien de :



AIMS
Association Internationale
de **Management Stratégique**



INSTITUT DE
RECHERCHE EN GESTION

Sous la co-tutelle de :
UPEC - UNIVERSITÉ PARIS-EST CRÉTEIL
UPEM - UNIVERSITÉ PARIS-EST MARNE-LA-VALLÉE

Rime lab
E.A. 7396



AGRH



CréaTIC
INITIATIVE D'EXCELLENCE
EN FORMATIONS INNOVANTES

