



APPEL À COMMUNICATIONS

11^e Colloque de l'Institut Franco-Brésilien d'Administration d'Entreprises
23-24 Juin 2022 – Rennes

« **Manager les organisations en contexte incertain : quels *process* et quelles pratiques ?** »

Description du colloque

Avec l'objectif d'intégrer les activités académiques avec celles du monde des entreprises, l'Institut Franco-Brésilien d'Administration des Entreprises (IFBAE) organise son 11^{ème} colloque avec l'Institut d'Administration des Entreprises de Rennes le 23 et le 24 juin 2022. Les objectifs du colloque sont de promouvoir les discussions et les interactions entre les dirigeants d'entreprises, les cadres et les universitaires sur le thème suivant : **Manager les organisations en contexte incertain : quels *process* et quelles pratiques ?**

Le thème:

Pour une approche plus dynamique, contextualisée et pratique du management

L'approche basée sur les pratiques tient compte des courants théoriques en sciences sociales sur la notion d'habitus (Bourdieu, 1980), de la structuration (Giddens, 1984) et des théories des pratiques sociales (Schatzki, 2002, 2018; Reckwitz, 2002) qui considèrent que les pratiques ne sont pas isolées, mais apparaissent comme le résultat d'un continuum d'interactions entre les individus insérés dans un contexte donné. Pour Reckwitz (2002, p. 249), une pratique est « *un type de comportement routinisé qui consiste en plusieurs éléments interconnectés entre eux : des formes d'activités corporelles, des formes d'activités mentales, des "choses" et leur usage, des connaissances de base constituées de compréhension, savoir-faire, états émotionnels et motivations* ». Une pratique comprend l'ensemble organisé des actions et dialogues, des tâches et des projets de l'organisation (Schatzki, 2002).

En management, la prise en compte des pratiques peut être utile pour mieux expliquer comment les entreprises s'adaptent à son environnement en reliant des critères internes et externes à l'organisation (Jarzabkowski et al., 2021). L'intégration d'une analyse processuelle et des pratiques dans une entreprise permet d'observer sa capacité d'adaptation face à des grands défis

(Feldman & Orlikowski, 2011). Cela appelle à des dialogues nouveaux entre praticiens et chercheurs : Comment les pratiques sont conduites pour permettre aux organisations de se réinventer, de se transformer afin de mieux s'adapter et saisir de nouvelles opportunités ? La crise que nous vivons convie plus que jamais la réflexivité critique dans ce dialogue entre enseignants-chercheurs et la société civile. S'appuyant sur Jun (1994), Cunliffe (2020) relie cette forme de réflexivité à la pratique : comment développer une action éthique qui s'appuie sur un questionnement critique des actions passées et des possibilités à venir ?

Une vision intégrative des pratiques rend possible une analyse plus précise et contextualisée des organisations. En temps de crise, cette capacité est essentielle pour mieux agir et pouvoir modifier son contexte tant pour les organisations que pour ses collaborateurs. Par exemple, (Jarzabkowski et al., 2007; 2021) introduit le concept de *strategy as practice* dans lequel la stratégie est fondée sur les actions, les interactions de multiples acteurs et sur les pratiques dans les organisations (les pratiques existantes, les *best practices*, la création et la combinaison des nouvelles pratiques). En entrepreneuriat et innovation, des travaux récents déclinent cette approche pratique sous l'appellation d'*entrepreneurship* pour mieux aborder un processus de métamorphose (Hjorth, 2017) vers l'identité d'entrepreneur. C'est à travers la coordination des pratiques quotidiennes et des opportunités qu'il lui va être possible de construire une organisation créative (Johannisson, 2018). En marketing, les approches par la théorie des pratiques sociales est particulièrement pertinente pour comprendre les processus de changements des pratiques de consommation et les trajectoires des pratiques individuelles (Warde, 2005), notamment dans le cadre d'une consommation allant vers plus de durabilité (Roques et Roux, 2018 ; Fuentes et al., 2019; Robert-Demontrond et al., 2020; Dyen et al., 2021). En ressources humaines, les postures critiques performatives identifient des formes de leadership éthiques favorables au *sensemaking*, des pratiques de gestion des personnes et du travail plus soutenables mais aussi plus souhaitables, à l'intersection du contexte d'organisation et du travail réel du salarié (Thiel et al., 2012; Taskin, 2021).

Nous invitons les auteurs à soumettre des communications sur les pratiques des organisations quelle que soit la discipline concernée : Marketing, Finance, Gestion des Ressources Humaines, Comptabilité, Contrôle de Gestion, Logistique, Systèmes d'Information, Entrepreneuriat, Innovation...

Les travaux devront contribuer à mieux comprendre les pratiques et process et ses effets dans l'adaptation des organisations à des contextes incertains.

Le colloque IFBAE 2022 est également ouvert aux propositions de communications portant sur d'autres thématiques en sciences de gestion.

Les soumissions des communications :

Les propositions de communication doivent être soumises en format A4, police Times New Roman, taille 12, interligne exactement 1.5 points, marges supérieures, inférieures, gauches et droites de 2,5 cm, 20 pages maximum. **Les textes doivent être soumis en français, en portugais ou en anglais** et être accompagnés d'un résumé dans une autre langue au choix : anglais, français ou portugais. Les propositions seront déposées (format PDF exclusivement).

Chaque auteur ne peut soumettre au colloque que 3 articles au maximum, que ce soit comme auteur ou co-auteur.

Toutes les communications seront évaluées anonymement par au minimum 2 reviewers (*blind review*).

Les auteurs doivent soumettre deux documents. Une version anonymisée et une autre version comportant une page de garde avec : titre, auteur(s), institution(s), résumés en français, anglais ou en portugais (5 à 10 lignes).

Dates à retenir :

Octobre : Ouverture de la plateforme ifbae2022.sciencesconf.org pour la soumission des travaux

13 Décembre 2021 : date limite des soumissions en portugais

14 Janvier 2022 : date limite des soumissions en français

14 Février 2022 : réponse aux auteurs des textes en portugais

14 Mars 2022 : réponse aux auteurs des textes en français

23-24 Juin 2022 : congrès à l'IGR IAE Rennes

Contact : ifbae2022@gmail.com

CHAMADA DE TRABALHOS

11º Congresso do Instituto Franco Brasileiro de Administração de Empresas

23-24 de junho – Rennes, França

“Gerenciar organizações em um contexto incerto: processos e práticas”

O evento:

Com o objetivo de integrar atividades acadêmicas e corporativas, o Instituto Franco-Brasileiro de Administração de Empresas (IFBAE) está organizando seu 11º colóquio, em parceria com o Instituto de Administração de Empresas de Rennes (IGR IAE). O evento será realizado nos dias **23 e 24 de junho de 2022**. Os objetivos do encontro são promover discussões e interações entre líderes empresariais, executivos e acadêmicos sobre o tema: **“Gerenciar organizações em um contexto incerto: processos e práticas”**.

O tema:

Por uma abordagem mais dinâmica, contextualizada e prática da gestão

A abordagem baseada na prática leva em conta as correntes teóricas das ciências sociais sobre a noção de hábito (Bourdieu, 1980), estruturação (Giddens, 1984) e teorias de práticas sociais (Schatzki, 2002, 2018; Reckwitz, 2002) que consideram que as práticas não são isoladas, mas aparecem como o resultado de um continuum de interações entre indivíduos inseridos em um determinado contexto. Para Reckwitz (2002, p. 249), uma prática é "um tipo de comportamento rotineiro, que consiste em vários elementos interligados: formas de atividade corporal, formas de atividade mental, 'coisas' e seu uso, além de conhecimentos básicos que consistem em compreensão, *know-how*, estados emocionais e motivações". Uma prática compreende o conjunto organizado de ações e diálogos, tarefas e projetos da organização (Schatzki, 2002).

Em gestão, levar em conta as práticas pode ser útil para explicar como as empresas se adaptam ao ambiente, conectando a organização a critérios internos e externos (Jarzabkowski et al., 2021). A integração de uma análise processual e de práticas em uma empresa permite observar sua capacidade de adaptação aos grandes desafios (Feldman & Orlikowski, 2011), contexto que exige a criação de novos diálogos entre profissionais e pesquisadores. Entra em pauta, por exemplo, a discussão de como as práticas são conduzidas para permitir que as organizações se reinventem e se transformem, aproveitando melhor novas oportunidades. A crise que atravessamos exige, mais do que nunca, uma reflexão crítica neste diálogo entre professores-pesquisadores e a sociedade civil. Com base em Jun (1994), Cunliffe (2020) une esta forma de reflexividade à prática em uma questão: como podemos desenvolver uma ação ética baseada no questionamento crítico das ações passadas e das possibilidades futuras?

Uma visão integradora da prática possibilita uma análise mais precisa e contextualizada por parte das organizações. Em tempos de crise, esta capacidade é essencial para agir melhor e ser

capaz de modificar o contexto, seja para as próprias organizações ou para seus funcionários. Por exemplo, (Jarzabkowski et al., 2007; 2021) introduz o conceito de *strategy as practice*, no qual a estratégia se baseia em ações, em interações de múltiplos atores e em práticas nas organizações (práticas existentes, melhores práticas, criação e combinação de novas práticas). Em empreendedorismo e inovação, trabalhos recentes trazem esta visão prática sob o nome de *entrepreneurship*, para melhor abordar um processo de metamorfose (Hjorth, 2017) voltada à identidade do empreendedor. É através da coordenação das práticas e oportunidades diárias que será possível construir uma organização criativa (Johannisson, 2018). Em marketing, as abordagens por meio da teoria das práticas sociais são particularmente relevantes para compreender os processos de mudança nas práticas de consumo e as trajetórias das práticas individuais (Warde, 2005), em especial no contexto do consumo visando a sustentabilidade (Roques e Roux, 2018; Fuentes et al., 2019; Robert-Demontrond et al., 2020; Dyen et al., 2021). Em recursos humanos, as posturas críticas performativas identificam formas éticas de liderança favoráveis ao *sensemaking*, práticas mais sustentáveis e atraentes de gestão de pessoas e do trabalho, na intersecção do contexto organizacional e do trabalho real do funcionário (Thiel et al., 2012; Taskin, 2021).

Convidamos os autores a apresentarem trabalhos que contemplem práticas organizacionais, independentemente da disciplina: marketing, finanças, gestão de recursos humanos, contabilidade, controle de gestão, logística, sistemas de informação, empreendedorismo, inovação...

O trabalho deve contribuir para uma melhor compreensão das práticas e processos e seus efeitos na adaptação das organizações a contextos incertos.

A conferência IFBAE 2022 também está aberta a propostas de trabalhos sobre outros tópicos da ciência da administração.

Submissão de propostas

As propostas de comunicação devem ser apresentadas em formato A4, fonte Times New Roman, tamanho 12, espaçamento entre linhas de 1,5 pontos, margens esquerda, direita, inferior e superior de 2,5 cm. O documento não deve exceder 20 páginas. **Os textos devem ser apresentados em francês ou português**, acompanhados de um resumo em outro idioma de sua escolha (inglês, francês ou português). Serão aceitos apenas documentos em formato PDF.

Cada autor pode submeter até três trabalhos, seja como autor ou coautor.

Todos os trabalhos serão avaliados anonimamente por um mínimo de dois revisores (*blind review*).

Os autores devem apresentar dois documentos: uma versão anônima e outra versão com uma página de rosto incluindo: título, autor(es), instituição(ões), resumos em francês, inglês e português (5 à 10 linhas no máximo).

Datas importantes:

Outubro de 2021: Abertura da plataforma www.ifbae2022.sciencesconf.org para a submissão de trabalhos

13 de dezembro de 2021: prazo para submissão de propostas em português ou em inglês

14 de janeiro de 2022: prazo para submissão de propostas em francês

14 de fevereiro de 2022: resposta aos autores de artigos em português

14 de março de 2022: resposta aos autores dos textos em francês

23-24 de junho de 2022: congresso no IGR IAE Rennes

Contato: ifbae2022@gmail.com

Références/Referências :

Bourdieu, P. (1980). *Le sens pratique*. Paris, éditions de Minuit, le sens commun, 474p.

Cunliffe, A. L. (2020). Reflexividade no ensino e pesquisa de estudos organizacionais. *Revista de Administração de Empresas*, 60, 64-69

Dyen M., Siriex L. et Costa S. (2021) Bien manger et ne pas gaspiller la nourriture, une question d'organisation ?, *Décisions Marketing* 101 : 1-24.

Fuentes C., Einarsson P. et Kristoffersson L. (2019) Unpacking Package Free Shopping: Alternative Retailing and the Reinvention of the Practice of Shopping, *Journal of Retailing and Consumer Services* 50: 258-265.

Feldman, M. S., & Orlikowski, W. J. (2011). Theorizing Practice and Practicing Theory. *Organization Science*, 22(5), 1240-1253.

Giddens, A.. (1984). *The Constitution of Society: Outline of the Theory of Structuration*. Univ of California Press.

Hjorth, D. (2017). Critique Nouvelle – an Essay on Affirmative-Performative Entrepreneurship Research. *Revue de l'Entrepreneuriat*, 16(1), 47-54.

Jarzabkowski, P., Balogun, J., & Seidl, D. (2007). Strategizing: The challenges of a practice perspective. *Human Relations*, 60(1), 5-27.

Jarzabkowski, P., Kaplan, S., Seidl, D., & Whittington, R. (2016). On the Risk of Studying Practices in Isolation: Linking What, Who, and How in Strategy Research. *Strategic Organization*, 14(3), 248-259.

- Jarzabkowski, P., Kavas, M., & Krull, E. (2021). It's Practice. But is it Strategy? Reinvigorating strategy-as-practice by rethinking consequentiality. *Organization Theory*, 2(3), 26317877211029665.
- Johannisson, B. (2018). *Disclosing Entrepreneurship as Practice*. Edward Elgar Publishing.
- Jun, J. S. (1994). *Philosophy of Administration*. Seoul, Korea: Daeyoung Moonhwa International.
- Reckwitz, A. (2002). Toward a Theory of Social Practices: A Development in Culturalist Theorizing. *European Journal of Social Theory*, 5(2), 243-263.
- Robert-Demontrond P., Bellion A. et Beausset T. (2020) Principes, enjeux et limites de la théorie des pratiques pour le marketing, *Management & Sciences Sociales*, Humanisme & Gestion, 93-105.
- Schatzki, T. R. (2002). *The Site of the Social: A philosophical account of the constitution of social life and change*. Penn State Press.
- Schatzki, T. (2018). On Practice Theory, or what's practices got to do (got to do) with it?. *Education in an Era of Schooling*, 151-165.
- Taskin, L. (2021). Perspectives critiques en GRH. In: Beaujolin, R., & Oiry, E. *Les grands courants en Gestion des Ressources Humaines*. Éditions EMS.
- Thiel, C. E., Bagdasarov, Z., Harkrider, L., Johnson, J. F., & Mumford, M. D. (2012). Leader Ethical Decision-Making in Organizations: Strategies for Sensemaking. *Journal of Business Ethics*, 107(1), 49-64.
- Warde, A. (2005). Consumption and Theories of Practice. *Journal of Consumer Culture*, 5(2), 131-153.