



Appel à pilotes¹

Colloque international Management en Séries

(Saison 1)

Ce colloque interdisciplinaire est co-organisé
par l'Institut de Recherche en Gestion
et le podcast « Histoire en Séries »
avec le soutien du laboratoire REGARDS



INSTITUT DE RECHERCHE EN GESTION

Sous la co-tutelle de :
UNIVERSITÉ PARIS-EST CRÉTEIL
UNIVERSITÉ GUSTAVE EIFFEL



¹ « Premier épisode d'une série. Il présente l'univers de la série, ses personnages principaux et les thèmes qu'elle abordera durant la saison (et) permet de rester le succès de la formule choisie », Vérat, É., 2007, « Etats-Unis : le règne des saisons et la galaxie des auteurs », dans Éric Maigret et Guillaume Soulez (éd.), « Les raisons d'aimer les séries télé », *Médiamorphoses*, hors série, Paris, A. Colin, pp. 18-23, cité par Berton, M., 2016, Glossaire, *Décadrages, Cinéma, À travers champs*. 32-33. Dossier : Séries télévisées contemporaines (printemps 2016), Lausanne, 2016, p.159.

Grimand (2009), qui a revisité la littérature sur la transgression organisationnelle à partir d'une série télévisée populaire, voit dans la fiction, la potentialité de « travailler simultanément à la recherche en gestion et à la pratique managériale » mais aussi « de travailler à l'interface entre les deux » car elle détient à la fois « une capacité à envisager la pratique sous un jour non conventionnel, voire subversif » et « une capacité à varier les contextes et à offrir des explications rivales du même phénomène, une capacité moins à prescrire qu'à donner du sens. »

Depuis le début des années 2000, des spécialistes en littérature, des chercheurs et chercheuses en SHS ont approfondi le potentiel pédagogique ou scientifique de fictions, littéraires ou cinématographiques. En gestion, Phillips (1995) et March et Weil (2003) ont tracé la voie. Les séries télévisées, devenues objets de recherche universitaire (Bacqué *et al.*, 2014 ; Sérisier, Boutet et Bassaget, 2011) constituent les matériaux de travaux qui témoignent de l'intérêt de différentes communautés scientifiques pour le regard porté par les auteur.rices, réalisateur.ices, scénaristes sur le travail en donnant chair à une question sociale, rendue intelligible par l'émotion et la puissance évocatrice d'un récit². Dans *le guide thématique des séries télé* (Sérisier, Boutet et Bassaget, 2011) se trouvent notamment des entrées sur le travail, l'argent, les institutions. Mais le genre s'est aussi décliné autour d'autres univers tels que l'hôpital et les médecins, les forces de sécurité, services de renseignements, secouristes, religions, avocats, enseignants, cabinets politiques, domestiques, agents artistiques... qui font entrer les téléspectateur.rices au cœur des organisations, actions, et processus de prise de décision de personnages qui y occupent différentes positions.

Que donnent à voir du management ces productions télévisuelles ?

C'est l'objet du colloque international interdisciplinaire "Management en Séries" qui se tiendra **le jeudi 30 mars et le vendredi 31 mars 2023** à l'Université Gustave Eiffel. Nous proposons un appel à contributions qui s'articule autour de trois axes :

1. Place des séries dans la formation au management et au travail
2. Les séries télé, le making-of : fabrique du management et dynamiques managériales sectorielles
3. Les séries : miroirs du management ?

² Colloque de Cerisy, Les Séries télévisées, direction : Anne Roche et Martin Winckler

1. Place des séries dans la formation au management et au travail

Certaines séries rencontrent de tels succès qu'il arrive au moment de leur première diffusion qu'elles alimentent abondamment les conversations sur les réseaux sociaux et IRL. Les étudiant·e·s et leurs enseignant·e·s, les salarié·e·s, managers et les formateur·rice·s font potentiellement partie de ce public sériophile. Or, d'après Esquenazi (2017, p. 30), « *la série est un genre fictionnel particulièrement apte à former les mémoires collectives* » car sa diffusion sur une longue durée, la récurrence des personnages et la relation de fidélité que ses créateurs et créatrices s'efforcent de nouer avec les spectateurs permettent de créer une « *temporalité fictionnelle longue* » qui favorise « *l'immersion téléspectatorielle* » (ibid., p. 79). Cette immersion (ou ces immersions successives) interagit-elle avec l'activité de formation, notamment en management ? Les séries s'immiscent-elles dans l'imaginaire des étudiant·es, des managers ou de leurs collaborateurs et collaboratrices ? Cela a-t-il des effets sur leur représentation des rôles de manager, des gestes du travail et des enjeux professionnels, notamment éthiques ? Les catégories du métier de cadre - personnel, interpersonnel, transpersonnel, impersonnel - (Miossec et Clot, 2011) peuvent-elles être questionnées par cette culture commune ? Comment la consommation de séries intervient-elle dans la réalité de la vie et des activités, formelles ou informelles, des organisations, dans les interactions sociales en leur sein ?

1. *Les séries et la formation au management*

Les séries télé constituent à la fois un produit culturel et vecteur de soft power. Regardées par un large public, dont font partie les étudiant·e·s., elles forment des éléments du « curriculum caché » (Perrenoud, 1993), avec lequel les apprenant·es viennent en classe, de la même manière que leurs connaissances personnelles ou leurs expériences. Dès lors, ils et elles les confrontent implicitement ou explicitement aux apprentissages théoriques présentés dans le cadre de leurs formations. Depuis peu, la production d'ouvrages d'essayistes (Gabison, 2016 ; Phillips et Clare, 2021) ou d'enseignant·e·s-chercheur·e·s (Agogué et Sardais, 2019 ; Aubert et Meyronin, 2017, 2020) établissent des ponts entre séries et management, légitimant ainsi les séries télé comme outils pédagogiques, de manière illustrative ou pour en tirer des leçons, dans le sillage de publications, notamment en philosophie (Laugier, 2019 ; Saint Maurice, 2009, 2010), en histoire³ ou en géographie (Denmat, 2021). Sur le plan de la production scientifique, la rubrique « *Unplugged* » de la revue M@n@gement qui présente de riches analyses d'œuvres cinématographiques à l'aune des théories managériales incite à produire des études comparables sur les séries.

³ Podcast « Histoire en Séries », enseigner avec les séries <https://t.co/4pXBAwreK7>

Des responsables politiques avaient d'ailleurs assumé s'inspirer de séries, en particulier de celle d'Aaron Sorkin, À la maison blanche/The West Wing⁴ (Deslandes, 2016). Des enseignants-chercheurs en philosophie ou géographie sont allés plus loin dans la transformation de leurs enseignements autour de séries (Garcia et Leroux, 2015 ; Laugier, 2019, p. 20). Des praticien.nes et des expert.es légitiment donc certaines séries comme supports et vecteurs de questionnements mais aussi de connaissances.

Quelle place occupent les séries au sein des curriculums des étudiant.e-s en management ? Y sont-elles formellement incluses et, le cas échéant, utilisées en cours ? De quelles manières les enseignant.e-s les mobilisent-elles à fin pédagogique ou andragogique ? Certaines d'entre elles constituent-elles une culture commune, voire un « cadre collectif de la mémoire » (Halbwachs, 1997) ?

Des propositions réflexives sur l'utilisation des séries télévisées dans l'enseignement du management sont les bienvenues, tout comme celles établissant des liens ou des ruptures entre modèles (ou contre-modèles) de managers dans les séries télé.

2. *Pas de spoil⁵ stp ! quand les séries s'invitent sur le lieu de travail...*

Enfin, on pourra s'interroger sur la place du spectateur et de la spectatrice face aux séries, en particulier en écho avec le monde du travail. Quelles sont les séries qu'il est légitime d'aborder dans le monde du travail ? Existe-t-il des séries (bien) vues par la direction ? Par les employé.e-s ? La série télévisée est-elle devenue un moyen de distinction (Bourdieu, 1979) et le cas échéant par quels usages ? Constitue-t-elle un patrimoine culturel au sens de répertoire d'action au sein duquel les acteurs viendraient piocher en tant que « des stocks formés par la créativité du passé qui peuvent servir pour développer une nouvelle créativité » (Barrère et Hédouin, 2014, p. 812).

Le régime de valeur de la sériephilie prend-il toujours le contre-pied du rapport culturel ascétique de la pratique culturelle (Glevarec, 2012, p. 122) ? Au-delà de la référence à telle ou telle série dans le cadre professionnel, ce sont également les pratiques qui peuvent être interrogées. S'agit-il d'une « *pratique culturelle de fiction intriquée à la vie de travail* » (*ibid*, p. 21) à tout âge ? Le « *visionnage glouton* » (ou *avidvisionnage*, proposition de traduction de « *binge watching* », le fait de regarder deux ou trois épisodes - ou plus... - d'une série en une session (Schweidel et Moe, 2016)), a-t-il des conséquences sur le comportement du salarié au travail et ses interactions avec les autres ? Sur le jugement de ses pairs ? Quid de pratiques pouvant être considérées comme déviantes, comme le téléchargement, le partage illégal de contenus régis par le droit d'auteur ou encore le visionnage sur le lieu de travail ?

⁴ « Najat Vallaud-Belkacem : son modèle, c'est «À la maison blanche », Rue89, <https://www.nouvelobs.com/rue89/rue89-politique/20120704.RUE1016/najat-vallaud-belkacem-son-modele-c-est-a-la-maison-blanche.html>). Édouard Philippe confesse avoir vu la série à quatre reprises et avoue volontiers s'en être inspiré pendant son passage à Matignon (<https://www.paris-normandie.fr/id225422/article/2021-08-29/west-wing-baron-noir-house-cards-quelle-serie-influence-edouard-philippe> ; <https://www.franceculture.fr/conferences/edouard-philippe-pourquoi-jai-vu-4-fois-la-serie-west-wing>).

⁵ Ou divulgâchage en français.

2. Les séries télévisées, le making-of : fabrique du management et dynamiques managériales sectorielles

Dans cet axe, nous proposons de nous intéresser à la fabrique des séries télé. Il s'agira d'accueillir des propositions s'intéressant aussi bien au marché qu'aux stratégies mises en œuvre dans le secteur, ainsi qu'à la production au sens littéral, de ce produit culturel.

1. *Le marché, la stratégie et l'innovation dans la fabrique des séries télévisées*

Quelles différences notables donnent à voir les différents systèmes et processus de production ? Quels rôles jouent les statuts des producteurs et la diversité des canaux de diffusion, notamment avec l'essor du capitalisme de plateforme ? Les analyses portant sur les organisations productrices de séries télé et leurs stratégies pour agir sur ce marché sont bienvenues dans le cadre de cet appel.

Nous nous intéresserons aussi à la manière dont les scénarios de séries font partie de choix de production et éditoriaux spécifiques qui répondent autant à des logiques d'économie industrielle que des logiques marketing et commerciales ou de création. Des analyses portant sur les processus d'élaboration et de production des séries nouvelles, à l'image des travaux de Tellier (2020, 2021) pourront venir éclairer, notamment, la question du management de l'innovation inhérent au secteur de la production de séries.

2. *Le réel et le management source d'inspiration pour les séries télévisées*

Depuis les années 2000, des scénaristes se sont inspirés de responsables politiques réels pour construire des personnages (Helle Thorning-Schmidt/Birgitte Nyborg, Barack Obama/Matt Santos, Emmanuel Rahm/Josh Lyman et Eli Gold, Julien Dray/Philippe Rickwaert, Jean-Luc Mélenchon/Michel Vidal). L'élection en 2019 de Volodymyr Zelensky comme président de l'Ukraine durant la diffusion de la troisième saison de la série « *Serviteur du peuple* » où il jouait ce rôle ne manque pas d'interroger tant sur la genèse d'une stratégie de conquête du pouvoir que sur la fabrique d'une stature de dirigeant⁶. À l'inverse, le projet d'Edouard Philippe d'adapter pour le petit écran son roman *Dans l'ombre* co-écrit avec Gilles Boyer (2011), avec comme souhait manifeste de « *décrire le monde politique tel que nous le voyons (...) de montrer les ressorts en allant au plus près des prises de décision* » en gardant « *le curseur au bon endroit* » semble traduire une volonté de transparence, du moins de donner à voir les coulisses d'activités professionnelles et de décisions stratégiques, qui pourrait se rapprocher des démarches des créateurs de la série française à succès

⁶ Sans aller jusqu'à cette forme ultime d'engagement, aux Etats-Unis en octobre 2020 et en France en décembre 2021, des acteurs ont réendossé les rôles politiques qu'ils ont joués plusieurs années auparavant pour intervenir dans le débat public à l'approche d'échéances électorales (<https://www.theguardian.com/tv-and-radio/2020/oct/13/west-wing-cast-voter-participation-us-election> ; <http://www.slate.fr/politique/2022-la-fabrique-dune-election/episode-36-primaire-populaire-gauche-anna-mouglalis-baron-noir-fiction-serie-tele-realite-discredit>).

international « *Dix pour cents* » sur les coulisses du monde du cinéma ou de ceux de « *Validé* » sur le *rap game*. Des contributions, à l'image de l'étude de la figure du manager au cinéma (Lamendour, 2012) sur celle-ci dans les séries, pourront également trouver leur place dans cet axe.

Les sérialités matricielles et éditoriales (Benassi, 2016, p. 37) qui fabriquent ces fictions télévisuelles permettent aussi de travailler sur la méthodologie de la recherche elle-même, en suscitant la mise en œuvre de nouveaux dispositifs de fabrique et de diffusion de la recherche.

3. Les séries : miroirs du management ?

Quels effets les séries ont-elles sur le réel ? Dans quelle mesure peuvent-elles sembler anticiper ou susciter des changements dans la société et dans les organisations, que ce soit par des représentations ou en faisant œuvre de dénonciation ? Offrent-elles des modèles, explicites ou implicites, aux dirigeants ?

1. Critiquer pour changer le monde : mise en scène de la violence organisationnelle et recherche de pratiques alternatives dans les séries

Le 22 novembre 1968, le baiser échangé entre le capitaine Kirk et le lieutenant Uhura fait sensation et déclenche un afflux massif de lettres à destination de NBC, chaîne produisant la série *Star Trek*. Il représente en effet l'un des premiers baisers inter-racial diffusé à la télévision à une époque - non révolue - où les tensions raciales en Amérique sont extrêmement fortes, quatre ans seulement après l'adoption du *Civil Rights Act* et quelques mois après l'assassinat de Martin Luther King. Si les échos des séries les plus regardées dans le public américain reste « *impossible à mesurer* » (Winckler, 2012, p. 56), certaines ont néanmoins fait l'objet de reconnaissance institutionnelle (apparitions significatives es qualités des maires de New York Rudy Giuliani et Michael Bloomberg dans *New York District/Police Judiciaire*, *Ibid.*, p. 57), quand la popularité d'une autre en fait une inspiration dans le secteur de la mode⁷.

Ces événements, parmi d'autres, illustrent certains liens entre séries et réel, à l'instar de ce qu'a montré Ève Lamendour (2012) sur les rapports hiérarchiques et l'autorité managériale au cinéma en effectuant « *des allers-retours entre la représentation de l'idée dans un média de masse et les textes des théoriciens* ». Les représentations sur petits écrans traduisent-elles les mêmes implications managériales (Lamendour, 2009) que celles sur grand écran ? Dans le prolongement de ces réflexions, on pourra, en s'ancrant dans les *Critical Management Studies* (Allard-Poesi *et al.*, 2015) montrer comment les séries télévisées permettent de dévoiler des pratiques managériales dominantes qui participent à notre servitude volontaire. On peut penser à *The Office* ou, en France, *aux Vivants et aux Morts* qui propose une forme de coupe géologique d'une fermeture d'usine.

⁷ Libération, 12/03/22, « *Les Simpsons ont la middle class* », Fofana B., p. 46., https://www.liberation.fr/lifestyle/mode-les-simpson-ont-la-middle-classe-20220312_JH7JTPYRMRA7ZAT7SCTVJPR7OM/

La façon dont les séries télévisées permettent « d'ouvrir les indéterminations » en proposant des utopies ou des dystopies qui constituent autant de modèles de société critiquables ou désirables dans le monde du travail (Damart et Adam-Ledunois, 2019 ; Lamendour, 2019) pourra aussi être analysée.

2. *Mise en scène du réel : les séries au service et outils du soft power*

La capacité des séries à maintenir le consommateur ou la consommatrice dans un état immersif, “état mental particulier où s'interpénètrent la réalité et l'univers fictionnel” (Esquenazi, 2017, p. 80) constitue une forme de pouvoir de la fiction. Lié à « *notre connaissance de la première épaulant notre implication dans le second* », cet état confère à la fiction un statut d'expérience vécue dont les effets ne peuvent être reconnus « *que par l'analyse effective du lien établi* » entre l'œuvre et ses spectateurs et spectatrices (Esquenazi, 2017, p. 85).

Emmanuel Grégoire, premier adjoint à la maire de Paris, et candidate déclarée à l'élection présidentielle, a, de son côté, le 10 décembre 2021, cité explicitement un personnage de la série *Baron Noir* : « *Déconne pas Michel* » pour répondre à un tweet de son concurrent Jean-Luc Mélenchon, faisant ainsi écho à des commentaires journalistiques qui identifiaient des similitudes entre la série et la réalité politique récente⁸.

Or, les constructions des narrations et la méta-communication sur ces discours concernant les organisations et leurs stratégies, ont peu été étudiées. Ces allers-retours entre fiction et réel autour du monde du travail, de ses structures et processus de décisions gagneraient à être éclairés par des analyses qui pourront porter sur les pratiques managériales aussi bien que sur les gestes professionnels des différents métiers portés à l'écran et leurs enjeux éthiques.

À la manière des recherches mêlant sport et cinéma, le geste managérial ou l'action organisée peuvent être étudiés comme le geste sportif⁹. Les séries donneraient donc à voir aux praticiens du management des modèles ou contre-modèles de pratiques managériales.

Ces trois axes nous semblent les plus pertinents, mais tout pilote portant sur un ou plusieurs liens perçus et analysés entre les productions sérielles et les sciences de gestion seront lues et évalués.

Plusieurs supports de valorisation pourront être proposés par les showrunneurs et showrunneuse aux créateur.rices des pilotes sélectionnés, en fonction notamment des axes proposés, mais aussi des objets et thèmes émergents.

*En ce sens, la revue **Saison** accueillera un dossier thématique sur le sujet du colloque dans une optique de vulgarisation et de valorisation vers le grand public, permettant d'aborder l'objet sériel et le management*

⁸ Berthelier, « Une primaire à gauche : Baron Noir avait prédit la désunion », Le Huffigton Post, 09/12/2021, https://www.huffingtonpost.fr/entry/une-primaire-a-gauche-baron-noir-avait-predit-la-desunion_fr_61b1cd27e4b04ae319facb1a

⁹ Colloque “Sport et Cinéma : la technique à l'épreuve du réel” <https://www.flsh.unilim.fr/events/event/colloque-sport-et-cinema/>

dans toute sa pluralité. Le dossier thématique sera bi-média (papier, web) afin d'accueillir des propositions sous différents formats accessibles au plus grand nombre (texte, image, son, vidéo).

Une valorisation académique sera proposée aux créateur.rices de pilotes sélectionnés par la publication d'un ouvrage collectif aux éditions EMS.

SAISON

La revue des séries



Références bibliographiques indicatives

Agogué M., Sardais C. (2019). *Petit traité de management pour les habitants d'Essos, de Westeros et d'ailleurs*, EMS, Paris (Pratiques d'entreprises).

Allard-Poesi F., Germain O., Huault I., Kœnig G. (2015). « Les théories des organisations sont-elles bien inspirées ? Quatre regards Are organization studies well inspired? Four views », *Économies & Sociétés, Série Economie de l'Entreprise*, n° 23, p. 111-140.

Aubert B., Meyronin B. (2017). *De MacGyver à Mad Men: quand les séries TV nous enseignent le management*, Dunod, Malakoff.

Aubert B., Meyronin B. (2020). *De MacGyver à Game of thrones: quand les séries TV nous enseignent le management*, 2e éd, Dunod, Malakoff.

Bacqué M.-H., Paquet-Deyris A.-M., Talpin J., Flamand A. (2014). *The Wire: L'Amérique sur écoute*, La Découverte.

Barrère C., Hédouin C. (2014). « Du capital culturel aux patrimoines culturels », *Revue d'Économie Regionale Urbaine*, n° 5, p. 801-824.

Benassi S. (2016). « Principes de la relation sensible aux séries télé », *Décadrages*, n° 32-33, p. 26-37.

Bourdieu P. (1979). *La distinction: critique sociale du jugement*, Éditions de Minuit, Paris (Le Sens commun).

Damart S., Adam-Ledunois S. (2019). « L'entreprise fragmentée décodée par la science-fiction », *Entreprises et Histoire*, n° 96, p. 45-59.

Denmat P. (2021). « Les séries télévisées ou la réécriture de la ville : regards croisés entre Johannesburg et New York », *Annales de géographie*, N° 739-740, n° 3, p. 17-37.

Deslandes G. (2016). *Critique de la condition managériale*, Presses Universitaires de France.

Esquenazi J.-P. (2017). *Éléments pour l'analyse des séries*, l'Harmattan, Paris (Champs visuels).

Gabison Y. (2016). *Devenez le héros de votre vie ! 30 leçons de leadership des héros de séries TV*, Eyrolles, Paris.

- Garcia P.-O., Leroux S. (2015). « Mobiliser la série The Wire en géographes : retour sur une expérience pédagogique », *Quaderni*, n° 88, p. 93–102.
- Glevarec H. (2012). *La sériephilie: sociologie d'un attachement culturel et place de la fiction dans la vie des jeunes adultes*, Ellipses, Paris (Culture pop).
- Grimand A. (2009). « Fiction, culture populaire et recherche en gestion. Une exploration croisée à travers la série Les Simpsons », *Revue française de gestion*, 194, n° 4, p. 169–185.
- Halbwachs M. (1997). *La mémoire collective*, Nouv. éd. rev. et augm, A. Michel, Paris (Bibliothèque de L'évolution de l'humanité).
- Lamendour È. (2009). « The Pygmalion manager », *Revue française de gestion*, 194, n° 4, p. 149–167.
- Lamendour È. (2012). *Les managers à l'écran: enquête sur une image déconcertante*, Presses universitaires de Rennes, Rennes.
- Lamendour È. (2019). « Interdit de rêver ou l'impossible utopie », *Entreprises et histoire*, 96, n° 3, p. 29–44.
- Laugier S. (2019). *Nos vies en séries: philosophie et morale d'une culture populaire*, Climats, Paris (Climats).
- March J.G., Weil T. (2003). *Le leadership dans les organisations*, les Presses de l'École des mines de Paris, Paris (Collection Sciences économiques et sociales).
- Miossec Y., Clot Y. (2011). « Le métier comme instrument de protection contre les risques psychosociaux au travail : le cas d'ingénieurs managers de proximité », *Le travail humain*, 74, n° 4, p. 341.
- Perrenoud P. (1993). « Curriculum : le formel, le réel, le caché », dans Houssaye J. (dir.), *La pédagogie : une encyclopédie pour aujourd'hui*, ESF, p. 61–76.
- Philippe É., Boyer G. (2011). *Dans l'ombre : roman*, 1. éd, Lattès, Paris.
- Phillips N. (1995). « Telling Organizational Tales: On the Role of Narrative Fiction in the Study of Organizations », *Organization Studies*, 16, n° 4, p. 625–649.
- Phillips T., Clare R. (2021). *Game of Thrones : les stratégies des 7 royaumes appliquées à la vie professionnelle*, MAXIMA L MESNIL.
- Saint Maurice T. de (2009). *Philosophie en séries*, Ellipses, Paris.
- Saint Maurice T. de (2010). *Philosophie en séries. Saison 2*, Ellipses, Paris.
- Schweidel D.A., Moe W.W. (2016). « Binge Watching and Advertising », *Journal of Marketing*, 80, n° 5, p. 1–19.
- Sérisier P., Boutet M., Bassaget J. (2011). *Sériescopie: guide thématique des séries télé*, Ellipses, Paris (Culture pop).
- Tellier A. (2020). *Nouvelles vibrations: s'inspirer des stars du rock, de la pop et du hip-hop pour innover*, Éditions EMS, Caen.
- Tellier A. (2021). « L'adoption de l'open innovation dans l'industrie musicale: Une analyse des collectifs d'acteurs dans le rap américain » Paris T., Massé D. (dirs.), *Revue Française de Gestion*, 47, n° 296, p. 85–106.
- Winckler M. (2012). *Petit éloge des séries télé*, Gallimard, Paris (Folio).

Informations pratiques

Calendrier de diffusion

9 mai 2022 : ouverture du site web du colloque : <https://managementserie.sciencesconf.org>

1^{er} juillet 2022 : Ouverture du dépôt des pilotes

31 octobre 2022 : **envoi des pilotes** par les créateur.ices (short papers)

15 décembre 2022 : **retour sur les pilotes** par les producteur.ices scientifiques

30 janvier 2023 : date limite d'inscription

Diffusion de la saison 1 : **30 et 31 mars à l'université Gustave Eiffel** (colloque situé à la Centrif).

Septembre 2023 envoi des articles dans la revue **Saison** par les scénaristes.



Format des pilotes

5 pages (hors page de titre et bibliographie), 12pt, interligne 1,5, marges : 2 cm (h,b,g,d).

Police : Times New Roman.

Merci d'envoyer vos propositions sur <https://managementserie.sciencesconf.org> un fichier anonymisé (+ purge des métadonnées) au format Word.

Normes bibliographiques

Ouvrage : Nom de l'auteur et initiale du prénom (date de publication). Titre de l'ouvrage, Editeur, Lieu d'édition (exemple : Gabison Y. (2016). Devenez le héros de votre vie ! 30 leçons de leadership des héros de séries TV, Eyrolles, Paris.).

Article : nom de l'auteur et initiale du prénom (date de publication). « Titre de l'article », Titre de la revue, vol. x, n° x, mois de publication, p. x-y, (exemple : Schweidel D.A., Moe W.W. (2016). « Binge Watching and Advertising », Journal of Marketing, 80, n° 5, p. 1–19.).

Chapitre d'ouvrage : nom de l'auteur et initial du prénom (date de publication). « Titre du chapitre », dans initiale du prénom et nom de l'auteur en petites capitales (dir. ou dirs. si plusieurs auteurs), titre du livre, éditeur, p. x-y (exemple : Perrenoud P. (1993). « Curriculum : le formel, le réel, le caché », dans Houssaye J. (dir.), La pédagogie : une encyclopédie pour aujourd'hui, ESF, p. 61–76.)

Les auteurs et autrices sont invité·e·s à utiliser le style Zotero de la Revue Française de Gestion disponible sur <https://www.zotero.org/styles/revue-francaise-de-gestion> (style également utilisable sur Mendeley)

Showrunners et showrunneuse¹⁰

Nicolas Charles, Université Paris 1, UMR SIRICE
Claire Edey Gamassou, Université Paris-Est Créteil, IRG
Florent Giordano, Université de Reims Champagne-Ardenne, REGARDS
Romain Pierronnet, Université de Lorraine, CEREFIGE
Mathias Szpirglas, Université Gustave Eiffel, IRG

Producteur.rices scientifiques

Marine Agogué, HEC Montréal
Mathias Béjean, Université Paris-Est Créteil, IRG
Marjolaine Boutet, Université Picardie-Jules Verne, CHSSC
Justine Breton, Université de Reims Champagne-Ardenne, CEREP
Anaïs Carnet, Université de Bourgogne, Centre Inter Langues – Texte, Image, Langage
Nicolas Charles, Université Paris 1, UMR SIRICE
Pierre Denmat, Université Paris Ouest-Nanterre, UMR LAVUE (équipe Mosaïque)
Claire Edey Gamassou, Université Paris-Est Créteil, IRG
Florent Giordano, Université de Reims Champagne-Ardenne, REGARDS
Amaury Grimand, IAE de Nantes, LEMNA
Aurore Labadie, Université Paris 3 Sorbonne-Nouvelle, Thalim/CERACC
Ève Lamendour, Université de la Rochelle, CEREGE
Stéphane Pezè, Université Toulouse 1 Capitole, TSM Research
Romain Pierronnet, Université de Lorraine, CEREFIGE
Émilie Ruiz, Université de Strasbourg, BETA
Monika Siejka, UVSQ, Université Paris-Saclay, CHCSC
Mathias Szpirglas, Université Gustave Eiffel, IRG
Albéric Tellier, Université Paris-Dauphine, M-Lab/DRM
Christelle Théron, Université Toulouse 1 Capitole, TSM Research
Olivier Vidal, CNAM, LIRSA
Shannon Wells-Lassagne, Université de Bourgogne, Centre Inter Langues – Texte, Image, Langage

Pour toute question résiduelle, vous pouvez vous adresser par mail aux *showrunners* et *showrunneuse* : managementserie@sciencesconf.org.

¹⁰ Directeur de séries : « *Personne qui supervise l'écriture et la production d'une série, dont elle est souvent la créatrice* », <http://www.culture.fr/franceterme/terme/CULT739?from=home&francetermeSearchTerme=directeur+de+série&francetermeSearchDomain=>