

LE CERAM BUSINESS SCHOOL, LA GRANDE ÉCOLE DU MANAGEMENT DANS L'ÉCONOMIE DE LA CONNAISSANCE.

Créé il y a plus de 40 ans, le CERAM Business School est une grande école de management implantée depuis 1978 sur la technopole de Sophia Antipolis, et, depuis 2007, à Paris La Défense et dans l'un des premiers technopôles de Chine, Suzhou. Le CERAM a accompagné le développement de la technopole de Sophia Antipolis en tissant des liens avec les entreprises. Positionné sur un territoire qui favorise l'innovation, la valorisation des connaissances et l'entrepreneuriat, la mission du CERAM est d'accompagner les entreprises françaises et internationales dans leur transition d'une économie industrielle vers une économie de la connaissance en :

...→ formant les jeunes diplômés aux enjeux et aux pratiques de management dans l'économie de la connaissance ;

...→ apportant aux entreprises les expertises leur permettant de faire évoluer leurs modes de management.

Le corps professoral est composé de près de 70 professeurs permanents de multiples nationalités. Le CERAM a choisi de structurer sa faculté en 3 axes de recherches plutôt qu'en domaines fonctionnels :

- **Compétences, Knowledge et Organisation (CKO)** : regroupe les professeurs travaillant sur le management de l'information et de la connaissance ;

- **Entrepreneuriat, Technologie et Innovation (ETI)** : regroupe les professeurs travaillant sur le management de l'innovation dans les environnements à forte intensité technologique ;

- **Global Management (GM)** : regroupe les professeurs qui inscrivent leurs travaux de recherche dans la performance globale des organisations et des territoires.

L'intégration des thèmes du management de l'économie de la connaissance dans les programmes de formation s'est faite il y a une dizaine d'années. Les étudiants formés au CERAM y acquièrent non seulement tous les fondamentaux du management, mais également une vision et des compétences dans l'économie de la connaissance fondées sur une aptitude à travailler dans des environnements internationaux et à intégrer le management du risque au quotidien. En suivant un cheminement d'apprentissage autour du développement durable, ils seront plus rapidement opérationnels en tant que manager responsable.

La recherche fait partie de l'identité du CERAM depuis sa création. La politique de recherche encourage les professeurs à mener des travaux dans les différents domaines de l'économie de la connaissance. Un PhD sur le management dans l'économie de la connaissance en partenariat avec la Copenhagen Business

School et Trinity College à Dublin permettra à terme d'accompagner une vingtaine de thèses par an.

Vis-à-vis des entreprises, le CERAM s'est donné comme mission, via CERAM Expert, de transférer les résultats de recherche et d'identifier, expliciter et partager les bonnes pratiques de management, dans une logique d'enrichissement mutuel, et également, via CERAM Executive, de monter des programmes de formation continue sur mesure.

L'école, qui s'est développée sur une technopole, a pour objectif de privilégier les relations avec des territoires de même nature. Ceci explique l'implantation en 2008 sur la technopole de Suzhou en Chine et l'ouverture d'un campus à Paris La Défense, premier quartier d'affaires européen. Cette stratégie d'expansion s'accompagnera de nouvelles implantations dans d'autres technopoles à l'international.

De plus, le CERAM s'appuie sur un réseau d'une centaine de partenaires académiques à travers le monde dans les principales zones économiques, ce qui lui permet d'avoir des étudiants d'une grande diversité géographique et culturelle : 1/3 d'étudiants étrangers, 40 nationalités, 100% des cours en anglais.

Ainsi le CERAM Business School a mis en place une organisation globale destinée à devenir un contributeur reconnu internationalement dans l'économie de la connaissance.

Les trois campus du CERAM Business School



CERAM BUSINESS SCHOOL

LA BUSINESS SCHOOL DU MANAGEMENT DANS L'ÉCONOMIE DE LA CONNAISSANCE

Le CERAM Business School, grande école de management, a décidé de se positionner sur le management dans l'économie de la connaissance.

S'il est aujourd'hui reconnu que nous sommes dans une économie dans laquelle la connaissance et l'innovation sont les principaux facteurs de compétitivité, peu de Business Schools se sont interrogées sur les conséquences en terme de management pour les entreprises et d'éducation pour les futurs managers et dirigeants.



CERAM BUSINESS SCHOOL
NICE • SOPHIA ANTIPOLIS
PARIS LA DÉFENSE • SUZHOU

EFMD
EQUIS
ACCREDITED

CCI
NICE CÔTE D'AZUR

L'ÉCONOMIE DE LA CONNAISSANCE EST UNE TRANSFORMATION EN PROFONDEUR DE L'ÉCONOMIE INDUSTRIELLE.

L'économie de la connaissance, appelée encore économie du savoir, et parfois économie postindustrielle, désigne ce qui apparaît comme une nouvelle phase de l'histoire économique dans laquelle nous sommes entrés depuis la fin des années 1990. Cette transformation de l'économie fait émerger de nouveaux modes de fonctionnement du capitalisme. Malgré son entrée récente dans notre vocabulaire, l'exploitation économique de la connaissance est loin d'être nouvelle. Dès l'Antiquité, l'homme a utilisé la connaissance pour augmenter son revenu et améliorer ses conditions de vie. Les différentes évolutions du capitalisme industriel se sont également appuyées sur la connaissance, mais ce facteur était moins important que le travail et le capital sur lesquels ils étaient fondés. En effet, dans l'économie de la connaissance, la création de connaissance et son utilisation sous toutes ses formes sont au cœur de la création de valeur.

Les phases précédentes de l'économie ont été marquées par la diffusion massive dans tous les secteurs économiques de technologies génériques spécifiques et de rupture (machine à vapeur et métallurgie à la fin du XVIII^es, électricité, moteur à explosion et téléphone à la fin du XIX^es). Il en est de même depuis les années 1970 avec l'apparition et la diffusion progressive d'une nouvelle famille de technologies génériques : internet et les technologies de l'information et de la communication. Le déploiement de ces technologies a commencé par permettre l'automatisation des process, avant de faire émerger des applications fonctionnelles, puis de faciliter la refonte de la stratégie compétitive des entreprises et des modes d'organisation. Aujourd'hui les technologies de l'information sont présentes dans la quasi totalité des modes opératoires des activités, des modes de management et du travail humain qu'il soit individuel ou collectif. Outre une extraordinaire augmentation de la

productivité, elles ont permis une dissémination mondiale de la connaissance.

Les autres caractéristiques de l'économie de la connaissance qui ont émergé en interaction avec les technologies de l'information sont les suivantes :

...> Un renforcement de la mondialisation de l'économie qui a permis la diffusion massive des biens et des connaissances et des capitaux, favorisant ainsi un développement économique sans précédent. Cette mondialisation a également créé de nouvelles formes de concurrence entre les entreprises de différents pays, et a fait émerger des risques majeurs capables de déstabiliser les marchés.

...> Une nécessité d'innover en permanence pour les entreprises, et les pays, afin de rester compétitif dans les secteurs exposés aux nouveaux concurrents et pour inventer les nouvelles activités capables d'assurer la création de valeur pour les entreprises et la création d'emploi et de richesses pour les pays.

...> Une part croissante de l'immatériel dans les organisations. Cette part croissante se trouve dans la valeur de l'offre faite par les entreprises à leurs clients sous forme de marques, de services et d'information. L'immatériel devient également un élément clé de la valorisation des entreprises.

...> Un renforcement du besoin d'éducation-formation afin que les entreprises puissent disposer de ressources humaines à même de créer les nouvelles connaissances à la base de toute innovation, et de mettre en place des modes de management adaptés aux nouveaux enjeux.

dotées de systèmes d'intelligence économique adaptés, être capables de décoder les signaux faibles des évolutions du marché, avoir développé des bonnes pratiques de gestion des risques. Elles doivent également innover en permanence en transformant la connaissance en avantages compétitifs, en créant des services autour des produits, et s'être dotées à la fois de ressources humaines et organisationnelles pour pouvoir le faire. Elles doivent enfin et surtout miser sur leur capital humain. Cela se traduit notamment par une politique de recrutement ayant intégré la diversité sociale et culturelle et par un investissement conséquent dans une formation continue à la carte permettant à chacun de ses collaborateurs de développer son potentiel en adéquation avec les besoins actuels et futurs de l'entreprise.

LE MANAGEMENT DANS L'ÉCONOMIE DE LA CONNAISSANCE

Le management des entreprises actrices de l'économie de la connaissance ne constitue pas une rupture avec les pratiques les plus avancées du management des entreprises industrielles. Il s'agit plutôt d'une évolution, suffisamment marquée cependant pour que l'on puisse tenter d'identifier ses caractéristiques principales. C'est à quoi se sont attelées les équipes du CERAM qui proposent ci-dessous une représentation des domaines de management les plus importants dans l'économie de la connaissance.

7 pratiques de management regroupées en trois catégories contribuant fortement à la création de valeur durable ont ainsi été identifiées. Cette représentation n'est pas un modèle théorique, ni un modèle de management, mais une proposition organisée de la réflexion qui permet de communiquer la vision du CERAM aux entreprises et de piloter l'évolution des contenus pédagogiques.

2 LEVIERS DE COMPÉTITIVITÉ

L'élément central de l'économie de la connaissance est la connaissance. La capacité d'une entreprise à renouveler ses compétences face à l'évolution de celles de la concurrence est en effet le moteur de la compétitivité. Les systèmes d'information facilitent et renforcent la création, la diffusion et le renouvellement des connaissances. Ainsi le **management de la connaissance et le management des systèmes d'information** sont les deux composantes essentielles de la compétitivité des entreprises. Pour illustrer notre pensée on pourrait dire que ce sont les deux ingrédients majeurs de la potion magique ou

en core le cœur du réacteur nucléaire. On considérera donc que ces composantes de management constituent les 2 principaux leviers de compétitivité.

3 MODES DE DÉPLOIEMENT :

Pour activer et valoriser les facteurs de compétitivité, les entreprises doivent maîtriser le **management du capital humain, le management de l'innovation et le management de l'immatériel**. Le management du capital humain doit être à même de s'assurer de l'adéquation du niveau des compétences individuelles et organisationnelles avec les besoins de l'entreprise. Le management de l'innovation doit créer les conditions pour que les hommes et les organisations puissent permettre l'émergence de nouvelles approches et de nouvelles offres. Enfin le management de l'immatériel a pour objectif de s'assurer que le capital immatériel, présent dans toutes les parties de l'organisation, soutienne la compétitivité et crée de la valeur.

2 FACTEURS DE DURABILITÉ POUR UNE PERFORMANCE GLOBALE

Les entreprises sont aujourd'hui parties prenantes d'un environnement qu'elles ne peuvent ignorer. Cet environnement est tout d'abord caractérisé par la mondialisation des facteurs économiques. Les entreprises doivent, par un **management global des risques**, en exploiter les possibilités, et également en maîtriser les effets négatifs. Cet environnement comprend également les risques sociaux ou sociétaux auxquels sont confrontés la planète et les sociétés humaines qui la composent. Ces facteurs sont pris en compte via le **management de la responsabilité sociale et environnementale**.

TOUTES LES ENTREPRISES SONT AUJOURD'HUI ACTRICES DE L'ÉCONOMIE DE LA CONNAISSANCE

L'économie de la connaissance ne concerne pas seulement les secteurs qui sont dans les technologies de l'information, ou de la haute technologie. Ainsi une entreprise de l'habillement qui s'appuie sur des créateurs pour ses lignes de vêtements, en sous-traite la production dans les pays à faibles coûts de main d'œuvre et gère des systèmes logistiques sophistiqués est dans l'économie de la connaissance. Aujourd'hui dans la quasi totalité des secteurs, les entreprises ont en effet intégré à des niveaux plus ou moins stratégiques les technologies de l'information, dans leur processus, leur communication et leurs canaux de vente. Grâce à ces outils, elles se sont positionnées sur des marchés qui pour la plupart sont mondialisés et dans lesquelles les modes de concurrence ont évolué. Elles doivent de ce fait être

L'écosystème managérial de l'économie de la connaissance

