

Projet Collaboratif : géographie des réseaux professionnels

Infos pratiques

- > ECTS : 3.0
- > Nombre d'heures : 12.0
- > Période de l'année : Enseignement toute l'année
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique

Présentation

I- Définir sa stratégie de carrière

Introduction : De nouvelles compétences pour un nouveau siècle

- Retour sur la notion de stratégie et application à la gestion de carrière
- TP1 (binôme ou trinôme) : Appliquer la matrice SWOT à son offre professionnelle
- TP2 (binôme ou trinôme) : Appliquer la matrice Lean Canvas à son offre professionnelle
- La définition et le pilotage du plan stratégique de carrière

II- Promouvoir sa marque personnelle

- Introduction au Personal Branding
- Les outils du Personal Branding (réseaux sociaux professionnels, blogs, édition...) : état des lieux, règles, codes et mesures d'impact.
- TP : Utilisation du réseau social LinkedIn
- Les réseaux professionnels offline
- Zoom sur 2 techniques de Personal Branding : le storytelling et l'elevator pitch
- TP : Application du storytelling et de l'elevator pitch pour présenter son offre de service à l'écrit et à l'oral

Objectifs

- SAVOIR : Connaître les caractéristiques, enjeux et attentes du monde du travail du 21ème siècle. Comprendre les notions de management de soi et d'entrepreneuriat de soi.
- SAVOIR FAIRE : Concevoir, vendre et gérer sa propre offre de compétences professionnelles.
- SAVOIR ÊTRE : Appliquer les bonnes pratiques nécessaires à une évolution professionnelle réussie dans l'entreprise du 21ème siècle. Travailler en mode collaboratif. Développer son écoute active et sa capacité à effectuer des feedbacks.

Compétences visées

- Piloter son évolution professionnelle

Bibliographie

- BAUMEISTER Pascale, « Révéler sa véritable personnalité avec le personal branding », éditions Broché, 2011.
- CHENEY George & LAIR Daniel J. & SULLIVAN Katie « Marketization and the Recasting of the Professional Self: The Rhetoric and Ethics of Personal Branding », dans Management Communication Quarterly, 2005.
- CLEVELAND Ana D. & PHILBRICK Jodi L. « Personal Branding: Building Your Pathway to Professional Success » dans Taylor and Francis Online, 2014.
- CUKIER Alexis, Entrepreneur de soi ou travailleur aliéné ? Penser l'organisation néomanagériale du travail avec et au-delà de Foucault – reçue Terrains/Theories, juin 2017 <https://journals.openedition.org/teth/918>
- DECLAIR Guillaume & DINH Bao & DUMON Jérôme, « La 25ème heure. Les secrets de productivité de 300 startupper qui cartonnent », éditions Broché, 2017.
- DELORY-MOMBERGER Christine & NIEWIADOMSKI Christophe « La mise en récit de soi : Place de la recherche biographique dans les sciences humaines et sociales », éditions Broché, 2013.
- DENOUEL Julie, GRANJON Fabien, Exposition de soi et reconnaissance de singularités subjectives sur

les sites de réseaux sociaux.. Dans [Sociologie2010/1](#)
[\(Vol. 1\)](#), pages 25 à 43 <https://www.cairn.info/journal-sociologie-2010-1-page-25.html>

- GURY Christian « Les 5 clés pour rebondir et piloter sa carrière », éditions Broché, 2009.
- SALMON Christian, « Storytelling : la machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits », éditions La Découverte, 2007.
- -ZIMMERMAN Bénédicte « Entre valorisation de soi et mise à l'épreuve de soi : les dynamiques paradoxales de l'autonomie » dans Revue Française des Sciences Sociales, 2017 <https://journals.openedition.org/formationemploi/5151>