

Nombre de crédits : 2

Langue d'enseignement : Français

Responsable du cours : McDONAGH Paul

≡ DESCRIPTION DU COURS

L'évolution des entreprises est portée par 2 révolutions scientifiques et techniques majeures : La première, c'est le numérique, l'intelligence artificielle et la data. La seconde, c'est l'amélioration de la compréhension de l'humain rendue possible grâce aux neurosciences.

Les neurosciences cognitives permettent, aujourd'hui, de mieux comprendre – et gérer – notre motivation et celle des consommateurs, nos capacités d'adaptation à la complexité, et au final notre d'être créatif, d'innover et de développer son intuition et sa résilience

≡ OBJECTIF DU COURS

Avec ce cours, vous développerez votre capacité à :

- Faire face sereinement aux situations potentiellement stressantes
- Vous adapter à la complexité et à l'incertitude
- Développer une attitude favorable à la créativité, l'innovation et la coopération
- Mieux comprendre votre dynamique de motivation et votre style de leadership
- Concevoir une offre de service différenciée fondée sur une segmentation motivationnelle

≡ COMPÉTENCES VISÉES PAR LE COURS

LG07 - Entrepreneuriat et innovation : Identifier les besoins et élaborer une offre pertinente

LG15 - Coopération : Faire preuve d'agilité : adaptation, curiosité, proactivité

≡ CONCEPTS ENSEIGNÉS

- 2 modes mentaux en compétition : Automatique versus adaptatif
- L'origine cognitive du stress et ses conséquences
- Techniques de gestion des modes mentaux
- Modèle intrinsèques versus extrinsèques

≡ MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Reflexions collectives
- Apport de concepts et d'outils
- Pratique guidée
- Exercices pratiques individuels et en groupe

☰ TRAVAIL ATTENDU

- Pendant le cours:
 - Appliquer des méthodes pour gérer son stress et développer sa créativité
 - Identifier ses motivations intrinsèques et son style de leadership
 - Analyser le positionnement de produits
 - Concevoir en groupe une offre de vacances innovante et ciblée sur des profils motivationnels

☰ BIBLIOGRAPHIE

La documentation nécessaire pour le cours sera fournie

Pour approfondir :

- Jacques Fradin et al : manager selon les personnalités (Eyroles 2008)
- Patrick Collignon – Jean-Louis Prata : votre profil face au stress (Eyroles 2012)

☰ MÉTHODE D'ÉVALUATION

100 % : Contrôle Continu

☰ SÉANCES

1

1. SESSION 1: Stress et mode mentaux

BRIEFING : 02h00

- Le rôle du stress
 - 2 modes mentaux en compétition / coopération pour gérer les événements : le mode automatique et le mode adaptatif
 - Interpréter son stress cognitif et développer sa résilience
 - Entraîner les 6 dimensions du mode mental adaptatif
-

2

SESSION 2: Pratiques d'exercices pour développer son mode mental adaptatif

BRIEFING : 02h00

1.

- La multisensorialité : défocaliser son attention
 - Les questions sans réponses pour développer le flou créatif et l'intuition
 - Le pack aventure valeur / anti valeur
 - La pyramide exigence moyens
-

3

SESSION 3: Application de la gestion des modes mentaux à son projet professionnel

BRIEFING : 02h00

1.

- Appliquer une technique de feed-back ouvrant (permettant de mobiliser le mode mental adaptatif) par questionnement pour enrichir le champs de vision de son projet professionnel en contournant les mécanismes défensifs qui sont à l'œuvre lors des feed-back classiques (conseils, jugement...)
 - Chacun expose son projet professionnel
 - Le groupe formule des questions sur le projet
 - L'exposant écoute et note les questions sans y répondre
 - L'exposant s'exprime sur les apports de l'exercice
-

4

SESSION 4: Motivation et style de leadership

BRIEFING : 02h00

- Le modèle neurocognitif de la motivation (fradin et al)
 - L'origine épigénétique de nos motivations intrinsèques, source de plaisir et de ressourcement
 - L'origine Culturelle de nos motivations secondaires
 - Le surinvestissement émotionnel
 - 8 dynamiques de motivation primaire
 - Identifier ses principales dynamiques de motivation primaire
 - S'appuyer sur ses motivations primaires pour un leadership authentique et assume
-

5

SESSION 5: Motivations et préférences de consommation

BRIEFING : 02h00

- Extrapolation des 8 dynamiques de motivation au marketing
 - Analyser le positionnement de produits par rapport aux 8 dynamiques de motivation (téléphonie, parfum et cosmétique, montres...)
 - Travail de groupe : définir et pitcher une offre de voyage adaptée à une dynamique de motivation primaire
-