

SOCIOLOGIE DE L'ENTREPRISE

Le cours a pour objectif de sensibiliser les étudiants inscrits en L1 COM aux métiers et à l'environnement de l'entreprise.

C'est un premier contact avec l'entreprise pour comprendre que c'est un champ que rencontre un habitus.

Le cours se fait sous forme magistral et est évalué sous forme de dossier collectif et d'un examen final

CHAPITRE 1 : l'entreprise est un champ

I.1°) définition de l'entreprise

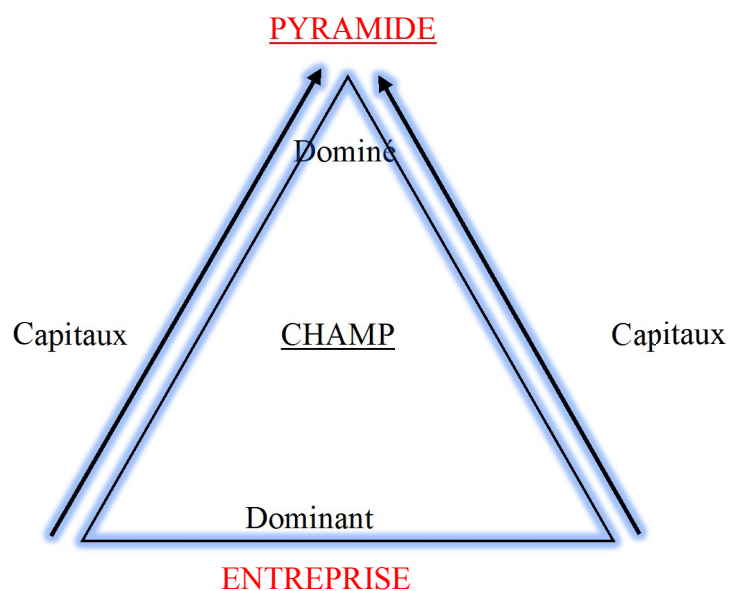
Sociologiquement, l'entreprise est une association d'individu entrant en interaction dans un contexte donné et poursuivant des buts communs.

Les individus vont se doter de rôle, se soumettre à des normes, partager des valeurs et réaliser des actions dans le cadre de l'entreprise à laquelle ils appartiennent. La force de l'entreprise réside dans un système d'interdépendance

I.2°) l'entreprise comme champ

Le champ peut être défini comme une sphère de la vie sociale qui est devenue progressivement autonome.

L'entreprise comme champ doit être comprise comme un espace de forces et de luttes, autrement dit, l'entreprise est régit par des relations de dominations spécifiques avec des enjeux propres et des mobilisations de capitaux dans le but d'accéder au sommet de la pyramide



Poser l'entreprise comme un champ c'est la comprendre comme un système caractérisé par un rapport de force entre dominant et dominé

Chaque agent de l'entreprise va mobiliser ses capitaux pour monter en haut de la pyramide ou pour y rester.

Cette ambition est nourrie par l'utilisation efficace de quatre capitaux : économique, culturel, social et symbolique.

I.2.1°) le capital économique

Il se compose du revenu et du patrimoine susceptible d'être mobiliser dans la création de l'entreprise

I.2.2°) le capital culturel

Il désigne l'ensemble des connaissances, des dispositions, des compétences, des savoirs vivre et des savoirs être concrétisés sous forme de titre, de diplôme et d'habitus (Disposition qu'un individu va avoir à la suite de son origine sociale).

. C'est le capital culturel qui permet à l'agent d'accéder au développement personnel

I.2.3°) le capital social

Il regroupe d'une part le réseau de relations sociales qu'une personne peut mobiliser implicitement ou explicitement à son profit (ou aux profits de ses proches). Pour bien l'utiliser il faut savoir le créer mais surtout l'entretenir

I.2.4°) le capital symbolique

Il renvoie à l'accumulation de prestige et d'honneur qui permet d' « ouvrir » des comptes.

La position d'un agent au sein de l'entreprise sera déterminée par sa capacité à mobiliser les quatre capitaux et par la bonne utilisation qu'il pourra en faire dans une société SÉNÉGALAISE (elle n'est pas seule) où l'influence remplace progressivement le mérite

Quel capital comptez-vous mobiliser :

Pour rejoindre une entreprise ?

Pour monter aussi loin que possible dans la hiérarchie ou sur la pyramide ?