

Management stratégique : 21 H**Objectifs**

Les entreprises sont soumises à des pressions constantes et doivent faire face à une évolution rapide de leur environnement concurrentiel. Réussir à performer dans un tel environnement requiert une compréhension accrue de la stratégie de l'entreprise. Celles qui ne relèvent pas ce défi sont rapidement sanctionnées par le marché.

Compétences à acquérir**Programme****1. Introduction : Maîtrise des concepts clés de stratégie.**

- Les DAS
- L'analyse de l'environnement global (les variables pivot)
- L'analyse de l'environnement concurrentiel (les 5 forces, les FCS, les facteurs d'évolution, le cadre d'analyse des concurrents);

2. Le diagnostic systémique de l'organisation, une approche renouvelée

Les principaux leviers stratégiques
Les interactions stratégiques et l'impact sur le diagnostic
L'analyse de la capacité stratégique et la projection du potentiel stratégique de l'organisation

3. Le déploiement stratégique de l'organisation

La croissance interne
La croissance externe (mergers) et le processus de déploiement stratégique
Le désengagement stratégique (cessions, transmissions et impartition
Les stratégies internationales des firmes

4. Aspects managériaux de la démarche stratégique

Le pilotage stratégique et le pouvoir

Les indicateurs de performances stratégique

Contrôler la stratégie ?

Bibliographie

Stratégor, 2016, 7^{ème} édition, Dunod

Johnson, G., Whittington, R., Scholes, K., Fréry, F.

(2014) Stratégique, Pearson Education

Gervais Michel et Herriau Christophe, Stratégie de l'entreprise, 2011, Economica

Pré-requis

Cours d'introduction niveau L3