

**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**

Destiné à un public d'étudiants de première compétence extérieure à la gestion, la finalité du cours est de permettre d'acquérir une autonomie décisionnelle transversale, une méthodologie systémique d'analyse, une aptitude à la structuration du Due Diligence.

**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

**Bibliographie**

Stratégor, 2016, 7<sup>ème</sup> édition, Dunod

Stratégie, Johnson, G., Whittington, R., Scholes, K., Fréry, F (2014), Pearson Education

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

**Pré-requis**

Cours de finance et de comptabilité, fondamentaux de droits des sociétés