

Management stratégique : 21h
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

Les problèmes rencontrés dans le cadre de cette simulation sont interdisciplinaires et pour y faire face, le candidat doit faire appel aux connaissances acquises tout au long de sa formation. Son apprentissage dans ce cours est donc tout autant organisé autour d'un problème que d'une discipline.

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. Stratégie : le décideur au cœur du système

Stratégie, prise de décision et outils SI
 Stratégie et hypothèses de rationalité limitée
 Stratégie et théorie des jeux
 Stratégie et

3. 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

4. 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

Bibliographie

Stratégior, 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