Stratégie

ECTS : 4

Volume horaire : 36

Description du contenu de l'enseignement :

Les objectifs pédagogiques du cours sont :

• Réaliser un diagnostic stratégique complet (mobilisant les outils d'analyse interne et externe) et formuler une problématique basée sur la synthèse (SWOT) de ce diagnostic ;

• Connaître les stratégies génériques et leurs modes de développement et pouvoir les identifier au travers de cas d'entreprise ou d'actualité ;

• Savoir élaborer et évaluer différentes options pour répondre à une problématique stratégique ;

• Connaître les implications du choix d'une stratégie en terme de déploiement et de « faire stratégique »

Le cours s'articule autour des grands thèmes suivants :

1. Introduction à la stratégique d'entreprise et au management stratégique

2. L'analyse stratégique (diagnostic fondé sur une analyse externe et interne)

3. Les choix stratégiques : stratégies business (par DAS), stratégie corporate

4. La mise en œuvre de la stratégie (modes de développent et déploiement stratégique)

Compétence à acquérir :

L'objectif du cours de management stratégique est de donner des clés de compréhension, d'analyse et d'évaluation des manœuvres stratégiques d'une organisation évoluant dans un environnement concurrentiel. L'étudiant doit être capable de dresser un diagnostic stratégique et de proposer des recommandations, non seulement quant aux choix effectués mais également sur les modes de mise en œuvre des stratégies retenues.

Mode de contrôle des connaissances :

Examen terminal : 40%

Exposé et contrôle continu : 35%

Cas de stratégie à résoudre en collectif : 25%

Bibliographie, lectures recommandées :

• Johnson, Whitington, Scholes, Angwin, Regnèr, Fréry, Stratégique, Pearson Education, 2017, 11ème éd.
• Lehmann-Ortega, Leroy, Garette, Dussage, Durand, Strategor, Dunod, 2019, 8ème éd.
• Helfer, Kalika, Orsoni, Management stratégique, Vuibert, 2019, 11ème éd.