

Management stratégique

ECTS : 6

Description du contenu de l'enseignement :

- S1. Introduction : le management stratégique, d'hier à aujourd'hui, quels enjeux ?
- S2. Pourquoi et comment repenser le *business model* d'une entreprise ?
- S3. Quels mécanismes de création et d'appropriation de valeur dans un contexte mondialisé ?
- S4. Sous quelles conditions une innovation peut-elle créer une rupture de marché ?
- S5. *Synthèse intermédiaire* : présentation de dossiers de groupes et correction de l'étude de cas n°1
- S6. Concurrence ou coopération : pourquoi et comment structurer un écosystème d'affaires ?
- S7. Comment modeler le contexte institutionnel à son avantage ?
- S8. *Synthèse intermédiaire* : présentation de dossiers de groupes et correction de l'étude de cas n°2
- S9. Comment assurer une stratégie au service des enjeux des parties prenantes ?
- S10. Comment se planifie et s'implémente la stratégie d'une organisation au quotidien ?

Compétence à acquérir :

- Connaître et comprendre les grands enjeux stratégiques actuellement rencontrés par les entreprises ;
- Maîtriser des concepts théoriques incontournables pour éclairer ces enjeux, et les mobiliser en tant que grille d'analyse ;
- Formuler une analyse structurée et argumentée de la situation stratégique d'une entreprise.

Mode de contrôle des connaissances :

Dossier entreprise (collectif)
Etude de cas (individuelle)
Travail individuel sur table (épreuve individuelle)

Bibliographie, lectures recommandées :

JOHNSON G., WHITTINGTON R., SCHOLLES K., ANGWIN D., REGNER P., ET FRÉRY F., **Stratégique**, 11ème édition, Pearson Education, 2017.

LEHMAN-ORTEGA, LEROY, GARRETTE, DUASSAUGE, DURAND., **Strategor**, Dunod, 2019, 8ème éd.

LEROY, F., **Les stratégies de l'entreprise**, Dunod, 2012.

THIETART R.-A. & J.-M. XUEREB, **Stratégies, concepts, méthodes, mise en œuvre**, Dunod, 2005.