

Management stratégique

ECTS : 3

Description du contenu de l'enseignement :

> INTRODUCTION

- S1. Introduction : le management stratégique, d'hier à aujourd'hui, quels enjeux ?

> 1ERE PARTIE : REPENSER LA CRÉATION DE VALEUR

- S2. Pourquoi et comment repenser le *business model* d'une entreprise ?
- S3. Sous quelles conditions une innovation peut-elle créer une rupture de marché ?
- S4. Comment les plateformes bouleversent les modalités de la création de valeur ?
- S5. Synthèse intermédiaire n°1 : présentation des dossiers de groupes.

> 2EME PARTIE : INFLUENCER ET INTERAGIR AVEC LES ACTEURS DE SON ENVIRONNEMENT

- S6. Concurrence ou coopération : pourquoi et comment structurer un écosystème d'affaires ?
- S7. Comment modeler le contexte institutionnel à son avantage ?
- S8. Synthèse intermédiaire n°2 : présentation des dossiers de groupes.

> 3EME PARTIE : LÉGITIMER SA STRATÉGIE

- S9. Comment assurer une stratégie au service des enjeux des parties prenantes ?
- S10. Comment penser la stratégie à l'ère des grands challenges sociaux et environnementaux ?

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.