

Management des alliances et de la coopération

ECTS : 3

Description du contenu de l'enseignement :

Thème 1 : Stratégie de coopération

Le premier thème est l'étude des stratégies de coopération comme source de nouveaux avantages concurrentiels. Les textes présentés et discutés s'attachent tous à établir un lien théorique et empirique entre la stratégie de coopération et les performances de l'entreprise.

Thème 2 : Le management de la coopération

Le deuxième thème est la mise en œuvre managériale de la coopération dans les entreprises. La coopération est par nature une stratégie paradoxale, à la fois concurrentielle et coopérative. Ce type de stratégie crée des tensions fortes entre les entreprises et au sein des entreprises. De nouvelles formes d'organisation sont donc nécessaires pour manager ces tensions coopératives.

Thème 3 : Stratégie et management de la coopération en PME

Les recherches sur la coopération se sont dans un premier temps centrées sur les grandes entreprises dans les industries de haute technologie. Elles se développent maintenant dans des industries plus traditionnelles et s'intéressent de plus en plus au cas des PME. Les recherches montrent alors que les stratégies de coopération et leur management dans les PME ont de fortes spécificités qui conduisent à leur dédier des recherches tout aussi spécifiques.

Compétence à acquérir :

A la fin de ce séminaire l'objectif est d'avoir sensibilisé les étudiants au « mindset » coopératif ainsi qu'aux méthodes d'analyse des situations coopératives, tant du point de vue stratégique que managérial, que ce soit dans des situations de grands groupes ou de PME

Mode de contrôle des connaissances :

L'évaluation du séminaire se fait sous la forme de l'analyse d'un cas de coopération.

Bibliographie, lectures recommandées :

Thème 1 : Stratégie de coopération. Czakon W., Srivastava M., Le Roy F., Gnyawali D., (2020), "Coopetition Strategies: Critical Issues and Research Directions", Long Range Planning, Vol. 23, n°1, p. (HCERES A, CNRS 2, FNEGE 2). Robert M., Chiambaretto P., Mira B., Le Roy F. (2018), "Better, faster, stronger: the impact of market-oriented coopetition on commercial product performance", M@n@gement, Vol. 21, n°1, p. 574–610 Sanou H. Le Roy F., Gnyawali D. (2016), "How Does Centrality in Coopetition Network Matter? Empirical Investigation in the Mobile Telephone Industry", British Journal of Management, Vol. 27, 143–160 Le Roy F., Robert M., Lasch F. (2016), "Choosing the best partner for product innovation: Talking to the enemy or to a friend?", International Studies of Management Organisation, vol. 46, n°2-3, p. 136-158. Le Roy F., Sanou F.H. (2014), « Stratégie de coopération et performance de marché : une étude empirique », Management International, Vol. 18, n°2, p. 124-139. Bez M. S., Le Roy F., Pellegrin-Boucher E., Goursaud P. (2014), « Le patient anglais : Lorsque l'alliance entre Sanofi et BMS donne naissance à une innovation médicale majeure », in Granata J. et Marques P. (eds), Coopération : les liaisons dangereuses, Pearson, Paris, p. 125-153. Pellegrin-Boucher E., Le Roy F., Gurau C. (2013), "Coopetitive strategies in the ICT sector: typology and stability", Technology Analysis & Strategic Management, Vol. 25, n°1, p.71-89 Fernandez A. S. et Le Roy F. (2010), « Pourquoi coopérer avec les concurrents ? Une approche par la RBV » Revue Française de Gestion, Vol. 36, n° 204, p. 155-170. **Thème 2 : Le management de la coopération** Fernandez A.-S., Le Roy F., Chiambaretto P. (2018), "Implementing the right project structure to achieve coopetitive innovation projects", Long Range Planning, Vol. 51, n°2, p. 384–405. Pellegrin-Boucher E., Le Roy F., Gurau C. (2018), "Managing Selling Coopetition: a case study of the ERP industry", European Management Review, Vol. 15, n°1, p. 37-56 Le Roy F., Czakon W. (2016), "Managing Coopetition: the missing link between strategy and performance", Industrial Marketing Management, Vol. 53, p. 3-6 Le Roy F., Fernandez A.S. (2015), "Managing coopetitive tensions at the working-group level: The rise of the Coopetitive Project Team", British Journal of Management, Vol. 26, 671–688 (HCERES A, CNRS 2, FNEGE 2) Fernandez A.-S., Le Roy F., Gnyawali D. (2014), "Sources and Management of Tension in Coopetition: Case Evidence from Telecommunications Satellites Manufacturing in Europe", Industrial Marketing Management, Vol. 43, n°2, p. 222-235 Fernandez A.-S., Le Roy F. (2013), « Comment coopérer avec un concurrent ? L'avènement de l'équipe-projet coopérative », Revue Française de Gestion, Vol. 39, n°232, p. 61-80. **Thème 3 : Stratégie et management de la coopération en PME** Granata J., Lasch F., Le Roy F., Dana L-P. (2018), "How do micro-firms manage coopetition? A study of the wine sector in France", International Small Business Journal, Vol. 36, 3, pp. 331-355. Mira B., Le Roy F., Robert M. (2017), « La coopération entre Petites Entreprises : une question

de proximité », Revue Internationale PME. Vol. 30, n°3–4, p. 231–259 Granata J., Le Roy F. (2014), « Le management de la coopétition en PME : le cas des vigneron du Pic Saint-Loup », Revue Finance-Contrôle-Stratégie, 17-2, URL : <http://fcs.revues.org/1489>. Marques P., Robert F., Le Roy F. (2009), "Coopetition between SMEs: an empirical study of French professional football", International Journal of Entrepreneurship & Small Business, Vol. 8, n°1, Special Issue: Coopetition and Entrepreneurship, p. 23-43.

Document susceptible de mise à jour - 04/04/2026

Université Paris Dauphine - PSL - Place du Maréchal de Lattre de Tassigny - 75775 PARIS Cedex 16