Management stratégique

ECTS : 3

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., SCHOLES 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.

Document susceptible de mise à jour - 05/11/2026
Université Paris Dauphine - PSL - Place du Maréchal de Lattre de Tassigny - 75775 PARIS Cedex 16