

1. Professeur : Monsieur CHRISTIAN DE BALINCOURT

2. Objectifs :

Familiariser les étudiants avec la démarche stratégique.

- Décrire les stratégies d'entreprise
- Expliquer pourquoi et comment les stratégies d'entreprise sont conçues
- Expliquer pourquoi certaines stratégies sont associées à certains niveaux de performance
- S'entraîner à formuler et à mettre en œuvre des stratégies innovantes

3. Compétences visées :

Initier ou participer à une démarche d'analyse stratégique

Identifier les meilleures options stratégiques en fonction du diagnostic effectué

4. Pré requis :

Fondamentaux du management, du marketing et de la gestion d'une entreprise

5. Niveau des études : Mastère 2 (5^{ème} année PGE)

6. Plan de cours :

1) Le diagnostic stratégique – 4h

- Analyse de l'environnement externe
 - Environnement externe et forces concurrentielles
 - L'analyse de la valeur
 - Les facteurs clés de succès du segment
- Analyse interne et capacité stratégique
 - Sources de la capacité stratégique
 - Importance des ressources
 - Compétences et compétences fondamentales
 - La création de valeur
 - Surpasser les concurrents
 - Robustesse des compétences
- Attentes et intentions
 - Rôle et pouvoir des parties prenantes
 - Incidence des parties prenantes sur les choix stratégiques et organisationnels

2) Les choix stratégiques – 4h

- Les stratégies par domaines d'activité
 - Distinguer les stratégies génériques
 - Identifier les déterminants du succès
 - Comprendre les incidences managériales
- La stratégie au niveau de l'entreprise
 - Présenter le rôle de la direction générale dans une structure multi-activités
 - Analyser les différentes logiques de groupe
 - Analyser les logiques de constitution d'un portefeuille d'activités
- Orientation et modalités de développement
 - Présenter les orientations et modalités de développement envisageables
 - Analyser pourquoi certaines orientations stratégiques et modalités sont préférables à d'autres
 - Analyser pourquoi certaines orientations et modalités sont plus susceptibles de réussir que d'autres

3) Le déploiement stratégique – 4h

- Stratégie et organisation
 - Les différents types d'organisation

- Les processus de coordination
- Les leviers stratégiques
 - Liens entre stratégie et 4 catégories de ressources clés : individus, information, finance et technologie
 - Comment peut-être géré le changement stratégique ?
- La gestion du changement
 - Ses difficultés
 - Les principales causes d'échec
 - Principes fondamentaux de la mise en œuvre
 - Le rôle du manager

4) Conclusion : les différentes écoles de stratégie– 3h

7. Méthodes pédagogiques :

Méthode expositive par un cours structuré, méthodes démonstratives par la relation de nombreux cas d'entreprises, méthode interrogative par la mise en situation des étudiants chaque fois que cela est possible.

8. Modalités d'évaluation des étudiants :

Sur la base d'une note de contrôle continu/participation : 40% (présence et participation aux activités de classe) et d'un examen final : 60% (analyse d'un cas)

9. Bibliographie :

- Strategor, Politique générale de l'entreprise, 7ème édition, Dunod, 2016.
- Le grand livre de la stratégie : J.M. Ducreux, R. Abate & N. Kachaner, Boston Consulting Group, Eyrolles, 2009.
- Stratégie 11ème édition : G. Johnson, K. Scholes, R. Whittington, F. Fréry, Pearson France, 2017.
- Les grands auteurs en stratégie, Loilier T. et Tellier A. (Dir.), EMS, 2007.
- Management stratégique, 3ème édition : G. Koenig, Dunod, 2004.
- Analyse stratégique : P. Baumard P., Dunod, 2000.
- Diagnostic et décisions stratégiques : T. Atamer T. & R. Calori, Dunod, 2ème édition, 2011.
- Les stratégies d'entreprise, La Documentation française, Cahiers français, n°275, mars-avril 1996.
- Courrier International, Le Monde, Les Echos, WSJ, International Herald Tribune, Project Syndicate