

Corporate Stratégie et RSE

Infos pratiques

- > ECTS : 4.5
- > Nombre d'heures : 25.0
- > Langue(s) d'enseignement : Français
- > Niveau d'étude : BAC +5
- > Période de l'année : Enseignement neuvième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Campus : Campus de Nanterre
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique
- > Code ELP : 4EgSI902

Présentation

Ce cours rappelle d'abord les fondamentaux de la stratégie, offre ensuite des connaissances et des outils qui permettent de situer l'entreprise dans son environnement économique et socio-politique international et de faire l'analyse des modalités du déploiement international des firmes. La gestion du portefeuille international est également abordée.

Objectifs

Ce cours a pour but de permettre aux étudiants d'atteindre les objectifs spécifiques suivants : approfondir les concepts de base en analyse stratégique ; appréhender les opportunités et les contraintes des organisations dans un univers international complexe et turbulent ; développer des aptitudes à la critique, à la synthèse et à l'argumentation indispensables à l'exercice du management stratégique, tant sur le plan national qu'international.

Évaluation

Session 1 :

- Formule standard : Les étudiants seront notés sur la base d'un examen final (50% de la note finale) et d'un contrôle continu (exposé d'un cas d'entreprise plus remise du support – 40% de la note ; participation – 10% de la note).

Session 2 :
un partiel écrit.

Pré-requis nécessaires

Connaître les fondamentaux de la stratégie (abordés en Master 1)

Compétences visées

Développement d'un mode de pensée analytique, créatif et critique. Apprendre le management international. Plonger dans le business opérationnel dans un environnement international, complexe et turbulent.

Bibliographie

- * Ansoff, I., (1988), *Corporate Strategy*, Penguin Books.
- * Atamer T., Calori R. (1993), *Diagnostic et décisions stratégiques*, Dunod.
- * Autissier D., Bensebaa F., Boudier F. (2012), *L'atlas du management*, Eyrolles.
- * Bensebaa F. (2021), (coordonné par), *Dynamique concurrentielle : acteurs singuliers, stratégies plurielles*, EMS.
- * D'Aveni (1995), *Hypercompétition*, Vuibert.
- * D'Iribarne, Henry A., Segal J.-P. (1998), *Cultures et mondialisation : gérer par delà les frontières*, Seuil.
- * Koenig G. (1996), *Management stratégique*, Nathan.
- * Laroche H., Nioche J.-P. (Eds.) (1998), *Repenser la stratégie, fondements et perspectives*, Vuibert.
- * Mintzberg, H., Ashstrand, B. and Lampel, J. (1998), *Strategy Safari*, Prentice Hall
- * Porter M.E. (1993), *L'avantage concurrentiel des nations*, InterEditions. Porter M.E. (1999), *La concurrence*, Village Mondial.

Ressources pédagogiques

Bibliothèque de l'Université Paris Nanterre.
Bases de données : Business Source Ultimate, Cairn,
Europresse, Factiva.

Contact(s)

> **Faouzi Bensebaa**
Responsable pédagogique
bensebaaf@parisnanterre.fr