

Stratégie de l'entreprise

Infos pratiques

- > ECTS : 3,0
- > Nombre d'heures : 30,0
- > Langue(s) d'enseignement : Français
- > Niveau d'étude : BAC +4
- > Période de l'année : Enseignement septième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Ouvert aux étudiants en échange : Oui
- > Campus : Campus de Nanterre
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique
- > Code ELP : 4E7RH705 / 4E7RH704

Présentation

Ce cours offre des connaissances et des outils qui permettent de situer l'entreprise dans son environnement économique et socio-politique, de faire l'analyse des forces et faiblesses de la firme et de se questionner sur les intentions stratégiques des dirigeants. Il vise à comprendre et à expérimenter comment s'effectue la conduite stratégique des entreprises et à saisir les enjeux de les choix stratégique. Les stratégies socialement responsables sont également abordées. Les questions de mise en œuvre par le biais de diverses options stratégiques sont également abordées.

Objectifs

Ce cours a pour but de permettre aux étudiants d'atteindre les objectifs spécifiques suivants :

- * Approfondir les concepts de base en analyse stratégique ;
- * Expérimenter les opportunités et contraintes des organisations dans un environnement complexe et turbulent ;

- * Réfléchir aux aspects dynamiques des processus décisionnels ;
- * Développer des aptitudes à la synthèse et à l'argumentation indispensables à l'exercice du management stratégique.

Évaluation

Session 1 :

- Formule standard : 40 % cc, 60 % examen final.

Session 2 : un examen écrit

Pré-requis nécessaires

Licence en économie, en gestion, en sociologie.

Compétences visées

- * Aptitude à l'analyse stratégique.
- * Être en mesure de mener des études sectorielles.
- * Identifier les *business models* des organisations.
- * Repérer les opportunités.
- * Porter un regard critique sur les succès et les échecs des organisations.

Bibliographie

- * Ansoff, I., (1988), *Corporate Strategy*, Penguin Books.
- * Autissier D., Bensebaa F., Boudier F. (2012), *L'atlas du management*, Eyrolles.
- * Barney J. B. (1996), *Gaining and Sustaining Competitive Advantage*, Addison Wesley.
- * Bensebaa F. (2021, coordonné par), *Dynamique concurrentielle : acteurs singuliers, stratégies plurielles*, EMS.
- * Johnson G., Scholes H. (2020), *Stratégie*, Paris : Publi-Union Éditions.
- * Johnson, J and Scholes K. (1998), *Exploring Corporate Strategy* (5ed), Prentice Hall.
- * 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. (1982), Choix stratégique et concurrence : techniques d'analyse des secteurs et de la concurrence dans l'industrie, Economica.

Ressources pédagogiques

Bibliothèque de l'université notamment les bases de données Cairn.

Contact(s)

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