Stratégies d'internationalisation

Composante	Volume horaire	Période de l'année
Institut d'Administration des Entreprises (IAE)	**21h**	**Semestre 3**

En bref

Langue(s) d'enseignement: Français
Méthodes d'enseignement: En présence
Organisation de l'enseignement: Formation initiale, Formation continue
Ouvert aux étudiants en échange: Oui

Présentation

Description

La saturation des marchés, la recrudescence de la concurrence, la recherche d'économies d'échelle et d'effets d'apprentissage… ont incité les entreprises à poursuivre une stratégie de croissance via une stratégie de diversification géographique. L'entreprise peut ainsi renforcer ses parts de marché grâce à la multiplication de ses marchés d'affaires. L'internationalisation permet de mieux répartir leurs risques politiques, économiques et financiers (Meier et Schier, 2005), en fonction de l'évolution de la conjoncture économique (i.e. croissance, ralentissement, stagnation) ; des variations monétaires (i.e. taux de change flottant) ; des catastrophes naturelles (i.e. inondations, tremblements de terre…) ; de la situation politique (i.e. instabilité, crise, conflit). Une entreprise entreprend une stratégie à l'international si le pays d'accueil dispose de ressources stratégiques (i.e. financières, techniques, managériales, commerciales, organisationnelles). Ainsi, l'étude du potentiel du marché ainsi que des risques associés (i.e. distance économique, administrative, culturelle et géographique) permet d'analyser la pertinence d'une telle stratégie.

A l'issue de cette formation, nous définirons, tout d'abord, le management international. Quels sont les facteurs, les théories et les risques inhérents à un projet international ? Ensuite, nous proposerons de mettre en œuvre une stratégie d'internationalisation. Des schémas « standards » aux « born global », nous évoquerons également les outils d'analyse de l'environnement externe et du microenvironnement pour pouvoir fixer les objectifs stratégiques de l'entreprise. Enfin, nous terminerons par les différents modes d'internationalisation : d'une croissance interne à une croissance externe (via les coopérations, les alliances stratégiques et les joint-ventures internationales).

Informations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 02 juin 2021

Heures d'enseignement

Stratégies d'internationalisation - CM	CM	19h

Programme détaillé

SECTION 1 : Management international
1. Définition du management
2. La notion de l'international
3. Les théories de l'échange international
4. Les logiques d'internationalisation
5. Le paradigme de Dunning
6. L'avantage de localisation : Le diamant de Porter
7. Le modèle « 4 x i »

SECTION 2 : Diagnostic des stratégies d'internationalisation

1. Les structures de firmes internationalisées
2. La recherche d'un « schéma standard » de développement international
3. L'exception des nouveaux acteurs d'emblée internationaux : les born globals
4. Les outils d'analyse de l'environnement international grâce au diagnostic externe
   4.1. Le modèle PESTEL
   4.2. Modèle CAGE
5. Les outils d'analyse de la dynamique du micro-environnement
   5.1. Le modèle des cinq forces de Porter
   5.2. La caractéristique de la demande
   5.3. La chaîne de valeur de Porter

SECTION 3 : Modes d'internationalisation

1. Fixer les objectifs du développement international
2. Les critères de sélection d'un marché cible
3. Les facteurs d'internationalisation
4. Les risques d'un projet à l'international
5. Les stades d'internationalisation des pays émergents
   5.1. La définition des pays émergents
   5.2. Les stratégies d'internationalisation en fonction des IDE
   5.3. Les modes d'entrée à l'international
6. Fusions et acquisitions, alliances et partenariats
   6.1. La croissance interne
   6.2. Les fusions et acquisitions
   6.3. La coopération
   6.4. Les alliances stratégiques
   6.5. Les joint-ventures internationales

Informations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 02 juin 2021

Compétences visées

Participer a# la re#flexion strate#gique en matie#re d'internationalisation, telles que les arbitrages sur les modalite#s d'implantation en termes de structure (exportation, implantation de filiale, acquisition, partenariat), de ressources (Management des RH internationales, conditions d'expatriation), de process (organisation des relations sie#ge - filiale, logistique, production).

Bibliographie

Beddi H., Nivoix S. (2017). Management international. Edition Vuibert. Paris.

Dikmen L. 2010. Les déterminants de la performance des joint-ventures internationales entre pays développés et pays émergents : Le cas de la Turquie. Thèse de doctorat en sciences de gestion à l'Université de Montpellier I.

Johnson G., Whittington R., Scholes K., Fréry F. 2011. Stratégique. 9ème édition. Pearson Eduction.

Lehmann-Ortega L., Leroy F., Garrette B., Dussauge P., Durand R. (2016). Strategor. 7ème édition, Dunod, Paris.

Lehmann-Ortega L., Leroy F., Garrette B., Dussauge P., Durand R. 2013. Strategor. 6ème édition, Dunod, Paris.

Lemaire J.-P. 2013. Stratégies d'internationalisation : Nouveaux enjeux d'ouverture des organisations, des activités et des territoires. 3ème édition, Dunod, Paris.

Mayrhofer U., Urban S. 2011. Management international : Des pratiques en mutation. Pearson Education.

Neysen N. (2016). Stratégie des organisations. Fondements et pratiques du management stratégique. Edition deBoeck. Paris.

Infos pratiques

Lieu(x)

Poitiers-Centre Ville

En savoir plus

https://iae.univ-poitiers.fr/fr/portail-de-liae

Informations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 02 juin 2021