

Stratégie

Niveau d'étude
Bac +4

Composante
**Institut d'Administration
des Entreprises (IAE)**

Période de l'année
Année

En bref

- # **Langue(s) d'enseignement:** Français
- # **Méthode d'enseignement:** A distance
- # **Organisation de l'enseignement:** Formation initiale, Formation continue, Contrat de professionnalisation
- # **Ouvert aux étudiants en échange:** Non

Présentation

Description

Le pilotage de l'entreprise, en ce début du XXIème, est tributaire de l'influence d'un ensemble de phénomènes. Deux sont particulièrement contraignants pour les dirigeants. La mondialisation via la globalisation des marchés, demande aux entreprises un élargissement des frontières pour rechercher des débouchés.

La techno-science, pour celui qui la maîtrise, est une arme indispensable pour s'assurer une place confortable sur un marché mais demande un effort constant de la part des entreprises. Ces deux phénomènes entraînent alors une exacerbation de la concurrence qui conduit à l'hyper-compétition.

Dans ce contexte, pour orienter les décisions de gestion, il faut les intégrer dans une perspective générale de stratégie. La réussite d'une entreprise se construit dans la durée. Il est donc important pour celle-ci de se projeter dans l'avenir pour s'y faire une place. Pour cela, l'entreprise doit bien se connaître, c'est-à-dire analyser ses caractéristiques dans le présent, en s'appuyant sur son passé pour les interpréter. Mais ce n'est pas suffisant, il faut également anticiper les évolutions de l'environnement afin que celles-ci ne constituent pas des menaces mais, au contraire, des opportunités. Nous aborderons cette démarche dans le second chapitre consacré au diagnostic stratégique. Ce dernier doit intégrer deux dimensions car l'entreprise s'analyse par rapport à une activité (la dimension business) mais également par rapport à l'ensemble du portefeuille d'activité qu'elle gère (la dimension corporate). Selon la dimension, les outils d'analyse ne sont pas les mêmes.

Objectifs

L'objectif principal du cours est d'approfondir les connaissances théoriques de l'étudiant en matière de stratégie d'entreprise et surtout d'acquérir une méthodologie pour réaliser un diagnostic stratégique et formuler des recommandations. A cela s'ajoute la problématique de la gestion du changement dans le cadre des transformations organisationnelles orchestrées par les orientations stratégiques de la firme.

Heures d'enseignement

Stratégie - TD TD 51h

Programme détaillé

CHAPITRE 1. PREAMBULE

CHAPITRE 2. LE DIAGNOSTIC STRATEGIQUE

CHAPITRE 3. LES STRATEGIES BUSINESS ET CORPORATE

CHAPITRE 4. LA MISE EN ŒUVRE DE LA STRATEGIE

Bibliographie

Les stratégies d'alliance, B. Garette et P. Dussauge, Editions d'Organisation, 1995

Stratégie du développement de l'entreprise, Igor ANSOFF, Les Éditions d'Organisation, 1989 pour l'édition française (traduction de Corporate Strategy, 1965).

Les outils de la décision stratégique, José ALLOUCHE, Géraldine SCHMIDT, tome 1, Collection Repères, La Découverte, 1995.

Notions fondamentales de gestion d'entreprise (Organisation, fonctions et stratégie), M. DARBELET, L. IZARD, M. SCARAMUZZA, Éditions Foucher, 1995.

Politique Générale, Christian MARMUSE, Economica, 2003.

Diagnostic stratégique, Alain-Charles MARTINET, Vuibert Entreprise, 1990.

Stratégie, A. Desreumeaux, X. Lecocq, V. Warnier, Pearson Education, 2006

Stratégie, Alain-Charles MARTINET, Vuibert Gestion 1983.

Stratégique, G. Johnson, R. Whittington, K. Scholes, F. Fréry, Pearson Education, dernière édition

Choix stratégiques et concurrence, Michaël PORTER, Economica, collection Gestion, 1990 pour l'édition française. Traduction de Competitive Strategy, The Free Press, 1980.

L'avantage concurrentiel, Michaël PORTER, Economica, interEditions, 1986 pour l'édition française. Traduction de Competitive Advantage, The Free Press, 1985.

Infos pratiques

Lieu(x)

Poitiers-Centre Ville

En savoir plus

<https://iae.univ-poitiers.fr/>