

Analyser des manoeuvres stratégiques sur des marchés mondiaux

Composante
Institut d'Administration des Entreprises (IAE)

En bref

- # **Méthodes d'enseignement:** En présence
- # **Organisation de l'enseignement:** Formation initiale
- # **Ouvert aux étudiants en échange:** Non

Présentation

Description

Ce cours analyse les principales stratégies des entreprises avec une forte orientation internationale. Il s'appuie sur de nombreux cas d'étude et fait fortement le lien avec les enjeux contemporains. Il mobilise des concepts et modèles académiques ainsi que des matrices fondées par des cabinets de conseil. Les études de cas concernent les grands groupes, mais cherchent aussi à mettre l'accent sur des structures de taille intermédiaire et de petites unités, dans des secteurs industriels et de service.

Objectifs

Ce cours vise à donner aux étudiants un ensemble d'outils et de méthodes pour la compréhension et l'analyse d'enjeux d'entreprises. Le champ de connaissance concerne la stratégie d'entreprise et l'internationalisation dans le contexte contemporain.

A l'issue du cours, les étudiants doivent être capables d'analyser le portefeuille d'activité d'une entreprise ainsi que le mode d'avantage concurrentiel mis en œuvre. Les étudiants doivent également être capables de proposer des orientations stratégiques.

Heures d'enseignement

CM	CM	18h
TD	TD	9h

Pré-requis obligatoires

Les étudiants sont invités à réviser leurs précédents cours en marketing et stratégie d'entreprise.

Programme détaillé

THEME I – Introduction et approche générale

Présentation des objectifs du cours

Contexte général lié à la stratégie d'entreprise : les acteurs de la stratégie, grands groupes vs PME, spécificités de la France

THEME II – Analyser un secteur d'activité

Outils et concepts fondamentaux

Concepts complémentaires

Applications

THEME III – Les types d'avantage concurrentiel

Stratégies low cost / volume, différenciation, double avantage / maximisation des profits

THEME IV – Les principales matrices d'analyse de la stratégie d'entreprise

Modèles SWOT, Ansoff, BCG, ADL, McKinsey

THEME V – Croissance, diversification, recentrage

Fusions-acquisitions et croissance organique

Externalisation : faire ou faire faire

Diversification vs recentrage

THEME VI – Alliances et coopérations interentreprises

Coopération, coopération

Alliances capitalistiques et non capitalistiques

Compétences visées

Analyser un domaine d'activité stratégique.

Analyser une stratégie d'entreprise et identifier les types d'avantage concurrentiel.

Analyser une problématique d'entreprise et proposer des réponses dans une perspective internationale.

Bibliographie

Documents à lire / visionner obligatoirement :

- Webinar La Fabrique de l'Exportation, Stephen Rosenbaum : les stratégies BOP (*base of the pyramid*)
- Webinar La Fabrique de l'Exportation, Stephen Rosenbaum : la stratégie de *piggybacking* (ou portage)
- + documents ajoutés en cours de semestre

Ouvrage de référence (recommandé mais non obligatoire) :

- Strategor - 8e édition, # Garrette, # Lehmann-Ortega, # Leroy, # Dussauge, # Durand et al., 2019

Infos pratiques

Lieu(x)

Angoulême

En savoir plus

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