

Analyser des manoeuvres stratégiques sur des marchés mondiaux

Composante
Institut d'Administration des Entreprises (IAE)

Présentation

Description

Le Management Stratégique, activité permanente de l'équipe de Direction de l'entreprise, a pour objectif de permettre des prises de décision déterminant à long terme les activités et structures de l'entreprise. L'élaboration d'une vision cohérente du potentiel de développement à long terme de l'entreprise et la maîtrise du changement dans l'entreprise sont ses principaux objets. Le Management Stratégique recouvre une réalité organisationnelle et une pratique managériale souvent complexes. Les concepts - intégrateurs par nature - qui lui sont associés sont toujours en cours d'élaboration et peuvent varier d'un auteur à l'autre. C'est pourquoi leur utilisation suppose une bonne dose d'expérience et de circonspection. Le cours a pour finalité d'initier à l'analyse stratégique du déploiement industriel et spatial des activités de l'entreprise. Sa principale contribution est d'offrir un cadre méthodologique afin que l'étudiant soit en mesure de participer à une démarche de planification et de réflexion stratégiques au sein de l'entreprise.

Heures d'enseignement

Analyser des manoeuvres stratégiques sur des marchés mondiaux - CM	CM	18h
Analyser des manoeuvres stratégiques sur des marchés mondiaux - TD	TD	9h

Programme détaillé

Introduction : Rappels sur les concepts clés à maîtriser
RAPPELS sur les étapes clés de la démarche stratégique
Rappels sur la finalité et les modalités de l'analyse de l'industrie
DIAGNOSTIC STRATÉGIQUE : Rappels sur la finalité de l'analyse de l'industrie
Rappel sur la finalité du diagnostic stratégique

Analyse du métier et des compétences

La chaîne de la valeur et l'enjeu de la création de valeur

RESPONSABILITÉ SOCIALE de l'Entreprise et Développement Durable

Construire la légitimité de l'activité : les parties prenantes et... les autres.

La performance évaluée par la « triple bottom line » : indicateurs, certification, crédibilité et ambiguïtés...

CROISSANCE ORGANIQUE / interne.

Diagnostic stratégique Vecteurs d'internationalisation

Étapes de l'internationalisation.

Enjeux et points d'inflexion : globalisation / localisation

CROISSANCE EXTERNE / acquisition / fusion.

Diagnostic stratégique.

Intégration verticale / Intégration horizontale.

Étapes de la réorganisation.

Enjeux et points d'inflexion : les résistances culturelles et administratives

DÉLOCALISATION / RELOCALISATION d'activités.

Diagnostic stratégique.

Contrôle des coûts

Maîtrise des activités clés de la chaîne de la valeur.

Enjeux et points d'inflexion : dépendance des ressources et contrefaçon

ALLIANCES : entre coopération et coopération.

Diagnostic stratégique.

L'enjeu de la Recherche et Développement.

La réduction des risques et le lobbying.

RECENTRAGE sur le métier : cession d'actifs.

Diagnostic stratégique

Les choix d'externalisation de certaines activités. Les risques de la spécialisation

Présentation de travaux de groupe : Analyse des manœuvres stratégiques récentes d'entreprises industrielles et de services.