

Manœuvres stratégiques et marchés mondiaux

Composante
Institut d'Administration des Entreprises (IAE)

Volume horaire
30h

En bref

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

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

Manœuvres stratégiques et marchés mondiaux - CM	CM	20h
Manœuvres stratégiques et marchés mondiaux - TD	TD	10h

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 STRATEGIQUE : 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
RESPONSABILITE 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
Etapas de l'internationalisation.
Enjeux et points d'inflexion : globalisation / localisation
CROISSANCE EXTERNE / acquisition / fusion.
Diagnostic stratégique.
Intégration verticale / Intégration horizontale.
Etapas de la réorganisation.
Enjeux et points d'inflexion : les résistances culturelles et administratives
DELOCALISATION / 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.

Compétences visées

Maîtriser la démarche d'analyse stratégique
Conduire une analyse sectorielle
Elaborer un diagnostic stratégique

Bibliographie

Lemaire Jean-Paul (2013). Stratégies d'internationalisation. Nouveaux enjeux d'ouverture des organisations, des activités et des territoires, Paris : Dunod, 3ème édition, 536 p.

Leroy Frédéric (2012). Les stratégies de l'entreprise, Paris : Dunod, Topos, 4^e édition.

Alain Vas (2017). Les fondements de la stratégie. Un voyage illustré de la conception à la mise en oeuvre, Paris : Dunod, 225 p.

Infos pratiques

Lieu(x)

Angoulême

En savoir plus

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