Business Strategy

Infos pratiques

> **ECTS** : 3.0
> **Nombre d'heures** : 24.0
> **Langue(s) d'enseignement** : Anglais
> **Niveau d'étude** : BAC +4
> **Période de l'année** : Enseignement huitième semestre
> **Méthodes d'enseignement** : En présence
> **Forme d'enseignement** : Cours magistral
> **Ouvert aux étudiants en échange** : Oui
> **Campus** : Campus de Nanterre
> **Composante** : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique
> **Code ELP** : 5E8SMBUS

Présentation

This course provides an introduction to business strategy, covering the core frameworks used to analyze competitive advantage and guide strategic decision-making. Students learn to assess the external environment (industry structure, competitive forces, market dynamics) and the internal resources and capabilities of a firm, before examining the main strategic options available at both business-unit and corporate level : competitive positioning, diversification, growth strategies, and international expansion.

The course combines theoretical frameworks with case study analysis, giving students the tools to formulate, evaluate, and defend strategic recommendations in realistic business situations.

Objectifs

By the end of this course, students will be able to :

- Analyze an industry's competitive structure and identify sources of competitive advantage.
- Evaluate a firm's internal resources and capabilities to assess strategic fit.
- Formulate business-level strategies (cost leadership, differentiation, focus) suited to a given competitive context.
- Assess corporate-level strategic choices, including diversification, M&A, and international expansion.
- Build and defend a structured strategic recommendation based on case analysis.

Évaluation

Modalités : CCI
SESSION UNIQUE :
Contrôle Continu
• Type : Écrit
• Durée : 1h30
Partiel
• Type : Écrit
• Durée : 1h30
Régime Dérogatoire
• Type : Écrit
• Durée : 1h30
RATTRAPAGES :
• Type : Écrit
• Durée : 1h30
Utilisation de l'intelligence artificielle :
None

Compétences visées

- Diagnose a firm's competitive position using established strategic analysis frameworks.
- Evaluate strategic options against a firm's resources, capabilities, and external environment.
- Formulate a coherent business or corporate strategy recommendation.
- Present and defend a strategic argument supported by case evidence.

Contact(s)

> Marie Macone
Responsable pédagogique

marie.m@parisnanterre.fr