

# Corporate Stratégie et RSE

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 4.5
- > Nombre d'heures : 25.0
- > Langue(s) d'enseignement : Français
- > Niveau d'étude : BAC +5
- > Période de l'année : Enseignement neuvième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Campus : Campus de Nanterre
- > Composante : Sciences économiques, gestion, mathématiques et informatique
- > Code ELP : 4EgSI902

## Présentation

---

Ce cours rappelle d'abord les fondamentaux de la stratégie, offre ensuite des connaissances et des outils qui permettent de situer l'entreprise dans son environnement économique et socio-politique international et de faire l'analyse des modalités du déploiement international des firmes. La gestion du portefeuille international est également abordée.

## Objectifs

---

Ce cours a pour but de permettre aux étudiants d'atteindre les objectifs spécifiques suivants : approfondir les concepts de base en analyse stratégique ; appréhender les opportunités et les contraintes des organisations dans un univers international complexe et turbulent ; développer des aptitudes à la critique, à la synthèse et à l'argumentation indispensables à l'exercice du management stratégique, tant sur le plan national qu'international.

## Évaluation

---

Session 1 :

- Formule standard : Les étudiants seront notés sur la base d'un examen final (50% de la note finale) et d'un contrôle continu (exposé d'un cas d'entreprise plus remise du support – 40% de la note ; participation – 10% de la note).

Session 2 :  
un partiel écrit.

## Pré-requis nécessaires

---

Connaître les fondamentaux de la stratégie (abordés en Master 1)

## Compétences visées

---

Développement d'un mode de pensée analytique, créatif et critique. Apprendre le management international. Plonger dans le business opérationnel dans un environnement international, complexe et turbulent.

## Bibliographie

---

- \* Ansoff, I., (1988), *Corporate Strategy*, Penguin Books.
- \* Atamer T., Calori R. (1993), *Diagnostic et décisions stratégiques*, Dunod.
- \* Autissier D., Bensebaa F., Boudier F. (2012), *L'atlas du management*, Eyrolles.
- \* Bensebaa F. (2021), (coordonné par), *Dynamique concurrentielle : acteurs singuliers, stratégies plurielles*, EMS.
- \* D'Aveni (1995), *Hypercompétition*, Vuibert.
- \* D'Iribarne, Henry A., Segal J.-P. (1998), *Cultures et mondialisation : gérer par delà les frontières*, Seuil.
- \* Koenig G. (1996), *Management stratégique*, Nathan.
- \* Laroche H., Nioche J.-P. (Eds.) (1998), *Repenser la stratégie, fondements et perspectives*, Vuibert.
- \* Mintzberg, H., Ashstrand, B. and Lampel, J. (1998), *Strategy Safari*, Prentice Hall
- \* Porter M.E. (1993), *L'avantage concurrentiel des nations*, InterEditions. Porter M.E. (1999), *La concurrence*, Village Mondial.

## Ressources pédagogiques

---

Bibliothèque de l'Université Paris Nanterre.  
Bases de données : Business Source Ultimate, Cairn,  
Europresse, Factiva.

## Contact(s)

> **Faouzi Bensebaa**  
Responsable pédagogique  
bensebaaf@parisnanterre.fr