

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
- > Méthode 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

Présentation

Mettre les étudiants en situation de construction de la stratégie et leur faire appréhender des situations concrètes d'entreprises. Transmettre les concepts permettant de comprendre la stratégie et les outils permettant de réaliser un diagnostic stratégique. Permettre aux apprenants d'identifier les alternatives correspondant aux différentes dimensions de la stratégie :

Un accent particulier est donné sur les aspects de développement durable et notamment la problématique climatique

- * Introduction à la stratégie : Définition de la stratégie
Vision, mission, valeurs, objectifs stratégiques, segmentation
- * Comprendre l'environnement : le diagnostic externe (PESTEL, force de Porter, cycle de vie, groupe stratégique)
- * Construire une capacité stratégique : diagnostic interne, chaîne de valeur, analyse des ressources
- * Définir son positionnement concurrentiel : stratégie générique de Porter, horloge stratégique
- * Portefeuille d'activités : BCG, McKinsey

Objectifs

En apportant des outils de conceptualisation et de management stratégique, le cours permet de donner les compétences de prise de décision en stratégie dans différents secteurs d'activité et dans des contextes complexes notamment ceux liés aux enjeux environnementaux.

Évaluation

Mémoire

Pré-requis nécessaires

Aucun

Compétences visées

La pédagogie est basée notamment sur des cas et/ou des analyses d'industries/secteurs. Les étudiants devront être capable au terme de ce cours d'explorer, d'analyser, de synthétiser les connaissances disponibles, à partir des outils de diagnostic stratégique vus en cours, afin de les appliquer à des situations d'analyse stratégique d'entreprise et/ou d'industrie.

Bibliographie

- * Gray, D. Brown, S. et Macanuso, J. (2010). Gamestorming, O'Reilly Media, Inc. USA.
- * Johnson, G. Whittington, R. Scholes, K. et Fréry, F. (2011). Stratégique, 9^{ème} édition. Pearson Education.
- * Magakian, J.L. et Payaud M.A. (2010). 100 fiches pour comprendre la stratégie d'entreprise, 3^{ème} édition. Bréal.
- * Conférences TED : www.ted.com

Ressources pédagogiques

Cas et lectures distribués en cours

Contact(s)

- > **Philippe Naccache**
Responsable pédagogique
pnaccache@parisnanterre.fr