

Management stratégique

Infos pratiques

- > ECTS : 3.0
- > Nombre d'heures : 24.0
- > Langue(s) d'enseignement : Français
- > Niveau d'étude : BAC +4
- > Période de l'année : Enseignement huitième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Campus : Campus de Nanterre
- > Composante : Sciences sociales et administration

Présentation

Le management stratégique peut se définir comme la prise en compte à la fois de l'environnement externe et des ressources internes d'une organisation, de manière à créer des avantages compétitifs durables.

Le cours de Management stratégique s'intéresse principalement aux liens entre les stratégies des organisations (entreprises, mais aussi associations, fondations, etc.) et les modèles économiques (Business models, Modèles d'affaires) qui y sont associés

Objectifs

L'objectif du cours est triple :

- Mener une réflexion autour de l'étude des « choix majeurs » dans les organisations, donc une analyse des choix stratégiques.
- Proposer aux étudiants d'appréhender la notion de modèle économique, qui fait l'objet d'un intérêt croissant en sciences de gestion depuis le début des années 2000.
- Illustrer différents modèles économiques par des exemples concrets (études de cas).

Évaluation

Épreuve écrite de fin de semestre et dossier de synthèse sur une organisation, en lien avec les concepts abordés lors du cours.

Pré-requis nécessaires

Il est souhaitable d'avoir une bonne culture socioéconomique, un intérêt pour les modèles économiques des entreprises, et plus largement pour ceux des acteurs de l'ESS. Il faut également avoir une bonne capacité à travailler de manière autonome à partir de lectures et d'autres ressources pédagogiques (vidéos) conseillées.

Compétences visées

Ce cours vise à développer chez les étudiants le sens de l'analyse critique et leur capacité à comprendre et à analyser les modèles d'affaires développés par les entreprises et les organisations de l'ESS.

Bibliographie

Mintzberg H., Ahlstrand B. et Lampel J., Safari en pays stratégie – L'exploration des grands courants de la pensée stratégique - Pearson, Paris, 2009.

Demil, B. & Lecocq, X. « (Re)Penser le développement des organisations. Les apports du Modèle Économique ». Revue française de gestion, 2(181) : p. 113-122. 2008.

Contact(s)

- > **Fabrice Bondoux**
Responsable pédagogique
fbondoux@parisnanterre.fr