

Stratégie de l'entreprise -

Infos pratiques

- > ECTS : 3.0
- > Nombre d'heures : 30.0
- > Langue(s) d'enseignement : Français
- > Niveau d'étude : BAC +4
- > Période de l'année : Enseignement septième 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 : 4E7RH705 / 4E7RH704

Présentation

Ce module offre des connaissances théoriques et des exemples concrets relatifs à la stratégie des entreprises. Il aborde notamment les outils permettant de déterminer les forces et faiblesses de l'entreprise ainsi que les opportunités et menaces de son environnement. Ce cours questionne les choix stratégiques de la direction de l'entreprise à différents niveaux (domaine d'activité, entreprise dans sa globalité) et ses modalités de mise en œuvre. Enfin, il traite des enjeux contemporains de la stratégie avec l'émergence de nouveaux business models innovants, l'internationalisation et l'intégration de la responsabilité sociale des entreprises (RSE).

Objectifs

À partir d'apports théoriques et d'études de cas, ce module a pour but de permettre aux étudiants d'atteindre les objectifs suivants :

- Approfondir les concepts de base en management stratégique ;

- Acquérir des connaissances et une compréhension des principaux enjeux stratégiques auxquels sont confrontées les entreprises ;
- Maîtriser les concepts théoriques clés pour éclairer ces enjeux, et les mobiliser en tant que grille d'analyse ;
- Conduire une analyse argumentée de la situation stratégique d'une entreprise.

Évaluation

• Session 1

Formule standard :

Type : Écrit / Dossier

Durée : CC 20 Min / Partiel 3h

Contenu : contrôle continu (40%) + examen final (60%)

- CC : Présentation orale avec diaporama + rendu d'un dossier écrit

- Partiel : Étude de cas d'une entreprise avec dossier documentaire

Formule dérogatoire :

Type : Écrit

Durée : 3h

Contenu : Étude de cas d'une entreprise avec dossier documentaire

• Session 2 :

Type : Écrit

Durée : 2h

Contenu : Questions de cours

Pré-requis nécessaires

Licence en économie-gestion

Compétences visées

Ce cours doit permettre aux étudiants d'acquérir les compétences suivantes :

- Conduire un diagnostic stratégique à l'aide des outils d'analyse adéquats ;
- Justifier et analyser la pertinence des décisions stratégiques opérées par une entreprise à partir de son diagnostic et en fonction des enjeux ;
- Identifier la (les) source (s) d'avantage concurrentiel d'une entreprise ;

- Identifier, analyser et justifier les stratégies business/corporate, les modes de développement et les business models des entreprises ;
- Porter un regard critique sur les succès et les échecs des entreprises d'un point de vue stratégique.

Bibliographie

Pour revoir les bases de L3 :

- Breton, M. L., Herlem, K., & Sépari, S. (2021). DCG 7
- Management - Manuel - 2e éd. : Réforme Expertise comptable. Dunod (en particulier, partie 2 : Le management stratégique).

Pour compléter le cours de M1 :

- Garrette, B., Lehmann-Ortega, L., Leroy, F., Dussauge, P., & Durand, R. (2019).
- Strategor - 8e éd. : Toute la stratégie de la start-up à la multinationale. Dunod.
- Leroy, F. (2021). Les stratégies de l'entreprise - 5e éd. Dunod.

Ressources pédagogiques

- Enseignement théorique (slides de la présentation de cours) + illustrations (cas pratiques).
- Approfondissement : supports numériques comme les vidéos de Xerfi Canal, manuels et livres de la bibliothèque de l'université, articles de recherche sur Cairn.

Contact(s)

> **Claire Chameroy**

Responsable pédagogique
cchameroy@parisnanterre.fr