

# 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 cours offre des connaissances et des outils qui permettent de situer l'entreprise dans son environnement économique et socio-politique, de faire l'analyse des forces et faiblesses de la firme et de se questionner sur les intentions stratégiques des dirigeants. Il vise à comprendre et à expérimenter comment s'effectue la conduite stratégique des entreprises et à saisir les enjeux de les choix stratégique. Les stratégies socialement responsables sont également abordées. Les questions de mise en œuvre par le biais de diverses options stratégiques sont également abordées.

## Objectifs

---

Ce cours a pour but de permettre aux étudiants d'atteindre les objectifs spécifiques suivants :

- \* Approfondir les concepts de base en analyse stratégique ;
- \* Expérimenter les opportunités et contraintes des organisations dans un environnement complexe et turbulent ;

- \* Réfléchir aux aspects dynamiques des processus décisionnels ;
- \* Développer des aptitudes à la synthèse et à l'argumentation indispensables à l'exercice du management stratégique.

## Évaluation

---

### Session 1 :

- Formule standard : 40 % cc, 60 % examen final.

Session 2 : un examen écrit

## Pré-requis nécessaires

---

Licence en économie, en gestion, en sociologie.

## Compétences visées

---

- \* Aptitude à l'analyse stratégique.
- \* Être en mesure de mener des études sectorielles.
- \* Identifier les *business models* des organisations.
- \* Repérer les opportunités.
- \* Porter un regard critique sur les succès et les échecs des organisations.

## Bibliographie

---

- \* Ansoff, I., (1988), *Corporate Strategy*, Penguin Books.
- \* Autissier D., Bensebaa F., Boudier F. (2012), *L'atlas du management*, Eyrolles.
- \* Barney J. B. (1996), *Gaining and Sustaining Competitive Advantage*, Addison Wesley.
- \* Bensebaa F. (2021, coordonné par), *Dynamique concurrentielle : acteurs singuliers, stratégies plurielles*, EMS.
- \* Johnson G., Scholes H. (2020), *Stratégie*, Paris : Publi-Union Éditions.
- \* Johnson, J and Scholes K. (1998), *Exploring Corporate Strategy* (5ed), Prentice Hall.
- \* 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. (1982), Choix stratégique et concurrence : techniques d'analyse des secteurs et de la concurrence dans l'industrie, Economica.

## Ressources pédagogiques

---

Bibliothèque de l'université notamment les bases de données Cairn.

## Contact(s)

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