

## Management stratégique 1

|                          |                            |
|--------------------------|----------------------------|
| <b>Domaine</b>           | Economie et Services       |
| <b>Filière</b>           | Economie d'entreprise      |
| <b>Orientation</b>       | Economie d'entreprise (EE) |
| <b>Mode de formation</b> | Plein temps                |

### Informations générales

|                     |   |                          |
|---------------------|---|--------------------------|
| Nom:                | : | Management stratégique 1 |
| Identifiant:        | : | HEG-ManSt1               |
| Année académique    | : | 2018-2019                |
| Responsable:        | : | Désirée Chabarekh        |
| Charge de travail:  | : | 30 heures d'études       |
| Périodes encadrées: | : | 15 (= 11.25 heures)      |

| Semestre | E1 | S1 | S2 | E2 | S3 | S4 | E3 | S5 | S6 |
|----------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| Cours    |    |    |    |    |    |    |    | 15 |    |

### Connaissances préalables recommandées

Aucunes.

### Objectifs

- Explorer toutes les questions clés et comprendre les enjeux actuels,
- Comprendre et décoder les principes fondamentaux du raisonnement stratégique,
- Etudier les concepts fondamentaux et les outils de la stratégie,
- Comprendre le rôle de l'innovation stratégique,
- Etudier une démarche systématique d'élaboration et d'exécution de la stratégie,
- Etudier les indicateurs de mesure de la performance d'une stratégie,
- Appliquer ces principes et ces modèles d'analyse stratégique à des études de cas et à une entreprise.

Les différentes stratégies seront examinées à travers:

- La mission et la vision d'une entreprise,
- L'identité et la culture d'entreprise,
- La détermination des facteurs clés de succès,
- Les avantages concurrentiels de l'entreprise,
- La focalisation ou la différenciation,
- Les alliances,
- Les fusions & acquisitions,
- Les coopérations et partenariats possibles.

Par session, en fonction de l'actualité économique, un concept stratégique sera particulièrement

approché et étudié.

## Contenu et formes d'enseignement

Répartition des périodes indiquée à titre informatif.

**Cours:** 15 périodes

|   |   |
|---|---|
| - Stratégie de groupe   | 6 |
| - Portefeuille stratégique  | 1 |
| - Stratégie concurrentielle   | 1 |
| - Stratégie de différenciation  | 1 |
| - Stratégie d'alliance  | 1 |
| - Stratégie de fusion et d'acquisition  | 1 |
| - Stratégie de globalisation  | 1 |
| - Préparation, présentation et discussion d'études de cas                             | 1 |
| - Développement de spécialisation et de diversification stratégique.                  | 1 |
| - Démarche : Exposé des concepts et des méthodes d'analyse en stratégie d'entreprise. | 1 |

## Bibliographie

BESANKO, David et al. *Principes économiques fondamentaux pour manager*. De Boeck Supérieur, Juillet 2017. 544 p.

BESANKO, David et al. *Principes économiques de stratégie*. De Boeck Supérieur, Mars 2011. 592 p.

CHRISTENSEN, Clayton M. et al. *The Innovator's Dilemma*. Harper Business, 2011. 336 p. (Collins Business Essentials).

DAVID, Fred et al. *Strategic Management: Concepts and Cases*. Global Edition, 15/E. Pearson, October 2014. 696 p.

DUCREUX, Jean Marie et al., Boston Consulting Group. *Le grand livre de la stratégie*. Editions d'Organisation, 2009. 378 p. (Les grands livres).

JOHNSON, Gerry et al. *Stratégique*. 10e éd. Pearson France, Mai 2014. 752 p.

WHEELEN, Thomas L. et al. *Concepts in Strategic Management and Business Policy*. Global Edition, 14/E. Pearson, August 2014. 408 p.

## **Contrôle de connaissances**

### **Cours:**

Elaboration et remise d'un dossier d'analyse stratégique.

## **Calcul de la note finale**

Note finale = moyenne cours x 1

Fiche validée le 17.08.2018 par Borter Silna