

## 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
Années académiques	:	2018-2019, 2019-2020
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