

## Management stratégique 2

<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 2
Identifiant:	:	HEG-ManSt2
Année académique	:	2020-2021
Responsable:	:	Désirée Chabarekh
Charge de travail:	:	60 heures d'études
Périodes encadrées:	:	30 (= 22.5 heures)

Semestre	E1	S1	S2	E2	S3	S4	E3	S5	S6
Cours									30

### Connaissances préalables recommandées

Aucune.

### Objectifs

#### 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 concepts et ces modèles d'analyse stratégique à une entreprise choisie par les étudiants, pour privilégier l'approche analytique à l'approche descriptive. Etre capable d'élaborer un rapport exécutif.

#### 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:** 30 périodes

- Exposé des concepts et des méthodes d'analyse en stratégie d'entreprise	2
- Stratégie de groupe	2
- Portefeuille stratégique	2
- Stratégie concurrentielle	2
- Stratégie de différenciation	2
- Stratégie d'alliance	2
- Stratégie de fusion et d'acquisition	2
- Stratégie de globalisation	2
- Développement de spécialisation et de diversification stratégique	2
- Préparation à la réalisation d'un Rapport Exécutif d'Analyse Stratégique	12

### Bibliographie

- BESANKO, David et al. *Principes économiques fondamentaux pour manager*. De Boeck Supérieur, 2017. 576 p.
- BESANKO, David et al. *Principes économiques de stratégie*. De Boeck Supérieur, 2011. 576 p.
- WHITTINGTON, Richard et al. *Exploring Strategy, Text and Cases*. Pearson, 2019. 840 p.
- FERNANDO, Ralph. *Agile Strategy*. Pearson, 2019. 256 p.
- CHRISTENSEN, Clayton M. *The Innovator's Dilemma : When New Technologies Cause Great Firms to Fail*. Harvard Business Review Press, 2016. 288 p.
- DAVID, Fred et al. *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts, Global Edition*. Pearson, 2016. 432 p.
- DUCREUX, Jean Marie et al. Boston Consulting Group. *Le grand livre de la stratégie*. Editions d'Organisation, 2009. 378 p.
- JOHNSON, Gerry. *Stratégique*. 12e éd. Pearson France, 2020. 696 p.
- WHEELEN, Thomas L. et al. *Concepts in Strategic Management and Business Policy: Globalization, Innovation and Sustainability, Global Edition. 15/E*. Pearson, 2017. 432 p.

### Contrôle de connaissances

**Cours:**

Réalisation et soumission d'un dossier d'analyse stratégique.

### Calcul de la note finale

Note finale = moyenne cours x 1

Fiche validée le 10.09.2020 par Vinckenbosch Laura