Licence Gestion
Management stratégique

Responsable	Descriptions	Informations
	Code : BGE6V23A	Composante : Faculté d'Économie et de Gestion
	Nature : Élément constitutif	
	Domaines : Droit, Économie, Gestion	

LANGUE(S) D'ENSEIGNEMENT

Français

CONTENU

L'objectif de ce module est de faire connaître aux étudiants les grandes lignes de l'histoire de la pensée stratégique et les principaux débats scientifiques du domaine. Cette présentation devra leur permettre in fine de maîtriser les principaux concepts de la discipline et d'avoir une compréhension critique des outils et des conditions de leur mobilisation pour l'action. La découverte des thèmes de recherche actuels en management stratégique est aussi dans les objectifs de ce module.

Plan : Le module est composé de 10 cours en amphi et de travaux dirigés (en groupes) organisés comme suit :

- **Séance 1** – Qu'est ce que la stratégie ?
- **Séance 2** – Anticiper les évolutions de l'environnement (diagnostic externe)
- **Séance 3** – Analyser le potentiel d'action de l'entreprise (diagnostic interne)
- **Séance 4** – Synthèse du diagnostic et préparation à la formulation stratégique
- **Séance 5** – Les stratégies de croissance / décroissance
- **Séance 6** – Les stratégies concurrentielles – L'innovation
- **Séance 7** – les stratégies inter-organisationnelles et leur mise en œuvre
- **Séance 8** – Stratégie dans le domaine des activités de service
- **Séance 9** – Mise en acte de la stratégie, gestion du changement, contrôle stratégique et veille
- **Séance 10** – Synthèse et préparation à l'examen

COMPÉTENCES À ACQUÉRIR

A l'issue du module l'étudiant est capable de/d' :

- présenter les grandes formes de choix stratégiques
- lister les outils d'élaboration de stratégies
- expliquer les concepts de bases liés à l'analyse stratégique
- expliquer les situations et mouvements stratégiques des entreprises publiques ou privées, grandes ou petites, indépendante ou faisant partie d'une plus grande organisation ou d'un réseau.
- sélectionner et utiliser à bon escient les démarches et les outils du diagnostic stratégique et du management stratégique, les plus classiques comme les plus récents.
- analyser de manière rigoureuse une situation stratégique, formuler des scénarios d'actions stratégiques « actionnables » et envisager les réponses organisationnelles adaptées.

BIBLIOGRAPHIE, LECTURES RECOMMANDÉES

- Eiglier, P. (2004) Marketing et Stratégie des services, Economica, Paris.
- Helfer, J.P. ; Kalika, M. et Orsoni, J. (2006) Management – Stratégie et organisation, Vuibert Gestion, Paris, 6ème édition.
- Johnson, G. ; Scholes, K. ; Whittington, R. et Fréry, F. (2005) Stratégique, Pearson Education, 7ème édition.
- Métais, E. (2004) Stratégie et Ressources de l'Entreprise – Théorie et Pratique, Economica, Paris.
- (2005) Stratégor – Politique générale de l'entreprise, Dunod, Paris.

VOLUME HORAIRE

- Volume total: 30 heures
- Cours magistraux: 15 heures
- Travaux dirigés: 15 heures

CODES APOGÉE

- BGE654A [ELP]

M3C

Aucune donnée M3C trouvée

POUR PLUS D'INFORMATIONS

Aller sur le site de l'offre de formation...

Dernière modification le 21/07/2023