

Management stratégique (GEST703_CCPAYA)



En bref

- **Méthodes d'enseignement:** En présence
- **Ouvert aux étudiants en échange:** Oui

Présentation

Objectifs

Cet enseignement présente les concepts généraux et les outils clés du management stratégique et de son application pour le monde des entreprises. L'objectif central est de fournir aux étudiants les éléments nécessaires pour comprendre ce qu'est la stratégie, comment utiliser les outils d'analyse stratégique afin de prendre les bonnes décisions et comment formaliser et déployer une stratégie dans le temps.

Heures d'enseignement

Management stratégique - CM	Cours Magistral	7h
TD	Travaux Dirigés	7h

Pré-requis obligatoires

Aucun prérequis formel nécessaire mais des connaissances en diagnostic stratégique sont bienvenues.

Plan du cours

Ce cours s'articule autour de quatre parties#:

Fondamentaux de la stratégie#: il s'agit de présenter les origines et fondamentaux du management stratégique. Cette partie permet d'introduire naturellement les parties suivantes du cours

Diagnostic stratégique#: l'objectif est d'aborder le diagnostic stratégique et notamment les principaux outils permettant de réaliser le diagnostic externe et interne. Une attention particulière est portée à l'organisation de la démarche et son lien avec la prise de décision stratégique.

Le choix stratégique#: cette partie présente les principales stratégies génériques et collaboratives (et leurs avantages et limites) qui peuvent être mobilisées dans le choix stratégique. L'intérêt est de comprendre comment optimiser la prise de décision en s'appuyant sur les résultats du diagnostic stratégique.

Le déploiement stratégique et l'innovation#: il s'agit ici de terminer sur le processus de déploiement de la stratégie, de l'organisation associée pour créer, livrer et capter de la valeur et sur la capacité à innover pour créer des stratégies disruptives.

Compétences visées

- Comprendre l'origine de la stratégie et son rôle pour l'entreprise
- Comprendre le diagnostic stratégique et mettre en application certains outils du diagnostic interne et externe
- Comprendre la prise de décision stratégique et savoir choisir une stratégie générique selon les résultats du diagnostic
- Comprendre le business model et savoir l'utiliser
- Identifier les étapes du déploiement stratégique et comprendre les leviers et freins associés
- Comprendre la démarche d'innovation stratégique, les enjeux et bénéfices associés

Bibliographie

PARMENTIER, G., GANDIA, R. (2022), Stratégie et Business Models à l'Ere du Numérique, DeBoeck Editions.

HELPER J.-P., M. KALIKA, J. ORSONI (1998), Management (stratégie et organisation), Vuibert, 2ème éd.

MARTINET, A-C. (1983), Stratégie, Vuibert Gestion.

MARTINET, A-C. (1988), Diagnostic stratégique, Coll. Vuibert Entreprise, Vuibert.

PORTER, M. (1982), Choix stratégiques et concurrence, Economica.

PORTER, M. (1986), L'avantage concurrentiel, InterEditions.

STRATEGOR (1993), Stratégie, structure, décision, identité, InterEditions

Infos pratiques

Contacts

Responsable du cours

Romain Gandia

📞 +33 4 50 09 24 51

✉️ Romain.Gandia@univ-savoie.fr

Lieux

› Anancy-le-Vieux (74)