

Stratégie internationale



En bref

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

Présentation

Objectifs

Poser un cadre de réflexion général pour comprendre les problèmes stratégiques.
Comprendre la compétition internationale pour formuler une stratégie internationale adaptée.

Heures d'enseignement

CM	Cours Magistral	21h
----	-----------------	-----

Pré-requis obligatoires

Maîtriser les outils du diagnostic stratégique

Plan du cours

Le cours est destiné à présenter les différentes étapes du diagnostic, de la formulation et de la mise-en-œuvre stratégiques. Des études de cas seront discutées afin d'utiliser dans des situations réelles les concepts et grilles d'analyses abordés en cours. Un accent particulier sera mis sur les stratégies d'innovation et d'internationalisation, considérées comme essentielles dans le contexte actuel de mondialisation des échanges et d'intensification de la concurrence.

Informations complémentaires

Responsable du cours : Véronique FAVRE BONTE

Compétences visées

Il s'agit, d'abord, de donner aux participants une vision globale de l'entreprise. Ils seront en mesure de développer une analyse transversale des problèmes de l'entreprise, tenant compte des différentes approches fonctionnelles (marketing, finance, ressources humaines, production ...) et intégrant les contraintes -ou opportunités- de l'environnement international.

Il s'agit, ensuite, de faire acquérir aux participants une démarche et des modes de raisonnement propres à l'analyse stratégique sur les marchés internationaux.

Bibliographie

Des incontournables :

BARTLETT C.A. & GHOSHAL S. (1989). – Managing Across Borders. The Transnational Solution. – Harvard Business School Press, 1989, 367 p.

CALORI R., ATAMER T. & NUNES P. (2000). – The dynamics of International Competition. - Sage Publications, 239p.

PORTER M.E. (1986). – Competition in Global Industries. – Ed. By PORTER, Boston : Harvard Business School Press, 581 p.

PRAHALAD C.K. & DOZ Y.L. (1987). – The Multinational Mission Balancing Local Demands and Global Vision. – New York : The Free Press, 1987, 290 p.

YIP G.S.(1992). – Total Global Strategy : Managing for Worldwide Competitive Advantage. – Englewood Cliffs, N.J. : Prentice Hall, 1992, 187 p.

Et bien d'autres encore...

Infos pratiques

Contacts

Responsable du cours

Veronique Favre-Bonte

☎ +33 4 79 75 83 18

✉ Veronique.Favre-Bonte@univ-savoie.fr

Lieux

› Chambéry (domaine universitaire de Jacob-Bellecombette - 73)

Campus

› Chambéry / campus de Jacob-Bellecombette