

MSE201 - Stratégie d'entreprise I : analyse stratégique

Présentation

Prérequis

Bac +4 requis.

Une culture générale du fonctionnement d'une organisation est nécessaire (exemple : MSE147 ou MSE102 + MSE103).

Une connaissance concrète de problématiques stratégiques dans une ou plusieurs organisations est un plus.

Objectifs pédagogiques

Ce cours est centré sur l'entreprise, et par extension, concerne aussi d'autres types d'organisation.

Ses objectifs sont de faire connaître les principales dimensions de l'analyse stratégique pour l'élaboration de la stratégie et suivi de sa mise en œuvre. Il propose des cadres conceptuels et des outils qui permettent de conduire des analyses documentées et de problématiser des situations stratégiques complexes, d'élaborer des options stratégiques et de construire des plans d'action pour déployer ces stratégies.

Le cours est une des unités qui compose les certificats de spécialisation suivants :

- *Stratégie d'entreprise*
- *Penser la stratégie*

Compétences

A l'issue de ce cours, les auditeurs doivent être capable de :

Définir l'intention stratégique et la segmentation

- Formuler la mission, la vision, les valeurs et le but d'une organisation.
- Distinguer les décisions stratégiques des décisions opérationnelles et réaliser une segmentation stratégique.

Mener un diagnostic stratégique complet

- Analyser l'environnement macro-économique, le marché, la concurrence et les facteurs clés de succès.
- Évaluer les ressources, compétences et la capacité stratégique (modèle VRIO, chaîne de valeur).

Élaborer et comparer les options stratégiques

- Choisir et différencier la stratégie corporate (gestion du portefeuille d'activités) de la stratégie business (coûts, différenciation, focalisation).
- Apprécier les enjeux de l'innovation, de la technologie (trajectoires technologiques, stratégie océan bleu, disruption).

Planifier les voies et modalités de développement

- Identifier les opportunités de croissance interne, externe ou relationnelle.
- Déterminer les avantages et limites de l'intégration verticale, de la diversification et de l'externalisation.

Intégrer la dimension internationale

- Choisir une stratégie d'accès aux marchés étrangers et évaluer la distance culturelle.
- Adapter la chaîne de valeur globale et la structure organisationnelle pour opérer à l'international.

Mis à jour le 18-03-2025



Code : MSE201

Unité d'enseignement de type mixte

4 crédits

Volume horaire de référence (+/- 10%) : **40 heures**

Responsabilité nationale :
EPN15 - Stratégies / Thomas DURAND

Contact national :
EPN15 - IIM Master stratégie
2 rue Conté
31.2.32
75003 Paris
01 40 27 26 23
Sophie Renaux
sophie.renaux2@lecnam.net

Formuler des recommandations et plans d'action

- Synthétiser l'ensemble du diagnostic (FCS, avantages concurrentiels, SWOT) pour décider et justifier des orientations stratégiques.
- Proposer des options stratégiques et plans d'action.

Programme

Contenu

1. Définitions: intention stratégique (mission, vision, valeurs, but), deux niveaux de la stratégie (*corporate* et *business*) et segmentation stratégique (définition des Domaines d'Activité Stratégique)
2. Diagnostic externe (macro-environnement, industrie, marché, concurrence) d'un DAS et Facteurs Clés de Succès (CFS)
3. Diagnostic interne (ressources et compétences, chaîne de valeur) d'un DAS et avantage concurrentiel
4. Stratégies *business* (domination par les coûts, différenciation, hybride, focalisation) d'un DAS
5. Stratégie d'innovation (Stratégie d'océan bleu, stratégie disruptive) et stratégie technologique (paradigme technologique, trajectoire technologique)
6. Stratégies *Corporate* et gestion de portefeuille d'activités (avantage parental, matrice de gestion de portefeuille)
7. Manœuvres Stratégiques : voies de développement (concentration, intégration verticale, diversification) et modalités de développement (croissance interne, externe et relationnelle)
8. Stratégie internationale (structure des marchés internationaux, stratégies d'accès aux marchés et chaîne globale de valeur)

Modalités de validation

- Examen final

Description des modalités de validation

Un examen final écrit de 3h, comportant des questions de cours et une étude de cas.

Bibliographie

Titre	Auteur(s)
Stratégique (2023), 13 ème édition, Pearson	JOHNSON G., SCHOLES, WHITTINGTON, FRERY
Strategic Management competitiveness and Globalization: concepts and cases », Cengage Learning, 2011	VOLBERDA H, R. MORGAN, P. REINMOLLER, M. HITT, R. IRELAND, R. HOSKINSSON,
STRATEGOR (2024), 9ème édition, Dunod Paris	Garrette B., Lehmann-Ortega L., Leroy F., Dussauge P., Durand R. et al.