EPT210 - Stratégies et marchés

Présentation

Prérequis

Ce cours d'adresse à tous les professionnels cherchant à acquérir la maîtrise des outils et concepts permettant de mener à bien l'analyse stratégique d'un marché (analyse sectorielle) ou l'analyse de la stratégie d'une entreprise (analyse de groupe).

Objectifs pédagogiques

Présenter les principes et les outils de l'économie industrielle appliquée.

Compétences

Cette unité d'enseignement vise à donner aux auditeurs :

- la maîtrise des outils et concepts clés de l'analyse stratégique : modalités et intensité de la concurrence dans les différentes structures du marché ; stratégies d'entreprises : différenciation, prédation, collusion, ...
- la maîtrise des outils et concepts clés de l'analyse sectorielle : délimitation du marché pertinent, identification de la structure du marché et des caractéristiques du régime concurrentiel, des axes stratégiques privilégiés par les acteurs, analyse de la dynamique du marché à moyen terme (entrées/sorties, facteurs clés de succès et de survie, ...).

Programme

Contenu

- Rappels de microéconomie.
- Délimitation du marché pertinent.
- Les différentes structures de marché (monopole, oligopole, concurrence monopolistique).
- Les stratégies collusives et leur contrôle.
- Différenciation des produits.
- Principales stratégies (anti)concurrentielles.
- Fusions & Acquisitions et contrôle des concentrations.
- Intégration et relations verticales.
- Démographie Industrielle.
- Outils de l'analyse sectorielle : paradigme SCP et extensions.

Mini-cas (sous forme d'exercices dirigés en formation ouverte à distance).

Modalités de validation

- Projet(s)

Mis à jour le 02-02-2024

Code : EPT210

Unité d'enseignement de type cours

3 crédits

Volume horaire de référence (+/- 10%) : **30 heures**

Responsabilité nationale :
EPN09 - Economie Finance Assurance Banque (EFAB) / Miriam ZOUARI

Contact national :

EPN09 - EFAB

292 rue Saint-Martin
Accès 3
75003 Paris
01 40 27 23 66
Virginie Moreau
virginie.moreau@lecnam.net