

MSE201 - Stratégie d'entreprise I : analyse stratégique

Présentation

Prérequis

Bac +4 requis.

De préférence après MSE 146 (ou EME 102 et ESC 102)

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

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 le certificat de spécialisation *Stratégie d'entreprise*.

Compétences

- Maîtriser l'accès à l'information stratégique et savoir exploiter les données accessibles (quantitatives et qualitatives)
- Savoir identifier les déterminants de la concurrence sur des segments stratégiques
- Être capable d'interpréter un business model et de démonter un business plan

Programme

Contenu

Introduction, Présentation du cours

- Les objectifs
- Les définitions
- Les 5 étapes de l'analyse stratégique
- Le tétraèdre du Management Stratégique

Analyse de l'Environnement Concurrentiel

- La concurrence élargie
- L'analyse sectorielle
- Les FCS et la segmentation stratégique
- Les groupes stratégiques

TD : cas Le Mareyeur Innovant

La dynamique des coûts

- La Courbe d'Expérience et ses effets
- les coûts partagés
- Les limites des stratégies de coût
- stratégie de coût et stratégie low cost (différenciation par le bas)

TD : exercices sur l'effet d'expérience

Différenciation et Stratégies Génériques

- La Différenciation ; Stratégie de niche
- Les Stratégies génériques selon Porter
- L'horloge de Bowman
- La typologie des systèmes concurrentiels

TD : Classe Premium Economique Air France - L'innovation : définitions et catégories

- L'innovation et le coût / l'innovation et la différenciation

🌟 Valide le 19-01-2019

Code : MSE201

4 crédits

Responsabilité nationale :

EPN15 - Stratégies / Thomas
DURAND

Contact national :

EPN15 - Stratégies

2 rue Conté

75003 Paris

01 58 80 84 24

Mouna-Sonia Tazi

[mouna-](mailto:mouna-sonia.tazi@lecnam.net)

sonia.tazi@lecnam.net

- L'innovation et la création de *business model*

- La stratégie d'Océan Bleu

TD: Cas - Harley Davidson

Stratégies technologiques

- La théorie évolutionniste du changement technique

- Les arbres technologiques duaux-compétences et portefeuille technologiques

- Roadmaps technologiques, accès à la technologie

- Le rôle de la R&D

- Le quadriathlon du VP R&D-CTO

Visite thématique du musée du Cnam

Cours : La Chaîne des Valeurs Ajoutées

- La chaîne des V.A. selon Porter- Métiers et coûts partagés

- Les "cost drivers" et les facteurs de différenciation dans la chaîne

- Le pivot stratégique de Berreta ;

TD : Cas - Les Minivan

Les stratégies basées sur les compétences

- Le positionnement concurrentiel vs les ressources

- La RBV et l'analyse VRIO;

- Les compétences clés - Apprentissage organisationnel, compétences et stratégie

Discussion Ressources ou compétences ?

Stratégies Corporate, stratégies de Portefeuille, manœuvres Stratégiques

- Les matrices de portefeuille

- La diversification

- Les Alliances

- Les acquisitions

L'élaboration et le suivi du *business plan*

- Déployer la stratégie- Construire le Business Plan

- Balanced Score cards

TD : Cas de synthèse

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)
Stratégie, Structure, Décision, Identité : Politique Générale d'Entreprise	STRATEGOR,
Strategy : process, content, context » Cengage Learning, 4th edition, 2010	De WITT B. and R. MEYER
« Stratégique » 8ème Edition Pearson, 2008	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,
Strategic management and Business Policy », Pearson, 12 ed, 2011	WHEELLEN T. and J.DAVID HUNGER