

US1823 - Marketing stratégique

🌟 Valide le 20-05-2019

Présentation

Code : US1823

Prérequis

6 crédits

- Admission sur dossier et entretien (si nécessaire) ;
- inscription obligatoire à l'ensemble du Master Droit, économie, gestion, mention marketing ou du Magister Mercatique et management : direction mercatique.

Responsabilité nationale :
EPN15 - Stratégies / Jean-michel RAICOVITCH

Prérequis

Les élèves ont le niveau de l'US180 sur le management commercial et la stratégie commerciale. Ils maîtrisent ainsi le management opérationnel d'une unité, la production de tableaux de bord commerciaux et de plans d'action, la gestion du compte de résultat d'une entité ou d'un produit. De plus, ils comprennent les différences entre le niveau stratégique et le niveau opérationnel et ont abordé les principales matrices d'allocation de ressources et les outils du diagnostic stratégique.

Contact national :

Cnam - École MS -
Département MIP
1D3P40, 37-2-07, 2 rue
Conté
75003 Paris
01 40 27 25 15
Rosa Alves Suzano
rosa.alves_suzano@cnam.fr

Objectifs pédagogiques

Cet enseignement a pour objectif de fournir à l'élève des éléments nécessaires à des prises de décisions de dimension stratégique contextualisées.

Compétences

L'enseignement conduit l'élève à :

- connaître et comprendre l'environnement et les facteurs-clés de succès sur le marché ;
- identifier les ressources et compétences mobilisables et pouvant constituer des avantages concurrentiels ;
- formuler et conduire la stratégie au sein de l'organisation.

Programme

Contenu

- Notions générales sur la stratégie, les matrices d'allocation de ressources et les éléments du diagnostic stratégique : l'organisation et le management ; les différents niveaux de stratégie (d'entreprise / marketing / produit-marché / opérationnelle) ; la théorie de la contingence ; la concurrence élargie ; la segmentation stratégique ; les matrices d'allocation de ressources ; le diagnostic stratégique.
- Le processus décisionnel du dirigeant.
- Le management du changement.
- La théorie de l'acteur ; la sociologie de la traduction.
- L'analyse des ressources et notamment des ressources financières (bilan, ratios de gestion...).

Modalités de validation

- Projet(s)

Description des modalités de validation

Réalisation en groupe (3 à 5 élèves) d'un travail d'audit d'une entreprise (position sur le marché, ressource et organisation, recommandations stratégiques) dont les résultats sont présentés sous forme écrite (rapport de 25 à 30 pages au format académique) et soutenus par le groupe d'élèves.

Bibliographie

Titre	Auteur(s)
L'avantage concurrentiel Dunod 2003	Michael PORTER

Stratégie océan bleu Pearson 2015

W. Chan Kim, Renée Mauborgne

Plaidoyer pour un retour à la stratégie - Expansion
Management Review, Mars 1997

Michael PORTER

- MANAGEMENT Stratégique Vuibert 2013

Jean-Pierre HELFER, Michel
KALIKA, Jacques ORSONI