

# Politique générale, stratégie et gouvernance d'entreprise

## Infos pratiques

---

- > ECTS : 3,0
- > Nombre d'heures : 24,0
- > Langue(s) d'enseignement : Français
- > Niveau d'étude : BAC +5
- > Période de l'année : Enseignement neuvième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Campus : Pôle Universitaire Léonard de Vinci
- > Composante : Philo, Info-Comm, Langages, Littératures & Arts du spectacle

## Présentation

---

Toute action humaine individuelle ou collective est guidée par une intention consciente ou inaperçue et une réflexion stratégique délibérée ou émergente, explicite ou tacite au sujet des finalités à atteindre. En particulier, la plupart des organisations mettent en place une réflexion stratégique en amont, pendant et en aval de l'action stratégique. La finalité de ce cours est de présenter les principaux cadres et outils de diagnostic et de choix stratégiques relativement à la concurrence ou au périmètre de l'organisation.

## Objectifs

---

- \* Initier les étudiants à la pensée stratégique
- \* Mettre en pratique les principaux outils d'analyse stratégique
- \* Savoir appliquer les outils d'analyse stratégique dans un contexte de professionnalisation

## Évaluation

---

Régime standard intégral – avec évaluation continue (au moins 2 notes) - ! cette formule ne prévoit pas d'épreuve en session 2 mais une 2<sup>ème</sup> chance organisée sur la période du semestre

## Pré-requis nécessaires

---

Connaissances requises en management général (en particulier, en théorie des organisations).

## Compétences visées

---

### Savoir élaborer un plan stratégique

- \* Formulation des objectifs
  - \* Mission
  - \* Vision
  - \* Objectifs
  - \* Périmètre
  - \* Avantage concurrentiel
  - \* Expression de la stratégie : VIP (Valeur, Imitation, Périmètre)
- \* Diagnostic stratégique
  - \* Externe (Environnement)
    - \* PESTEL, Variables pivot et scénarii
    - \* Analyse des forces de la concurrence (Modèle de Porter)
    - \* Identification des groupes stratégiques, segments de marché
  - \* Interne (Capacité stratégique)
    - \* Ressources et compétences, capacité dynamique, capacité seuil/distinctive
    - \* Analyse VRIN (Valeur, Rareté, Inimitabilité, Non-Substituabilité)
    - \* Analyse de la chaîne de valeur
    - \* Analyse de la filière
  - \* Analyse du facteur culturel
  - \* SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats)
- \* Choix stratégiques
  - \* Stratégies concurrentielles
    - \* Segmentation stratégique

- \* Stratégie générique/stratégie hybride ?
- \* Horloge stratégique
- \* Stratégies *corporate*
  - \* Matrice d'Ansoff
  - \* Degré d'intégration verticale
  - \* Rôle du siège ?
  - \* Matrice BCG
  - \* Matrice Attraits/Atouts (McKinsey)
  - \* Stratégies internationales ?
- \* Modalités d'implémentation de la stratégie
  - \* Croissance interne
  - \* Croissance externe

## Bibliographie

---

« Stratégique » de Frédéric Fréry, Duncan Angwin, Gerry Johnson, Patrick Regnér, Kevan Scholes, Richard Whittington. Pearson Editions.

## Ressources pédagogiques

---

Information à venir

## Contact(s)

> **Marcos Giadas conde**

Responsable pédagogique

[mgiadasconde@parisnanterre.fr](mailto:mgiadasconde@parisnanterre.fr)