

# Stratégie d'entreprise



Composante  
LANGUES  
ETRANGERES  
APPLIQUEES



Volume horaire  
CM  
19,5



Nombre de  
semaines  
13

## En bref

> **Modalité de contrôle:** Contrôle mixte

## Présentation

**Discipline rare :** Non

## Description et objectifs

L'objectif de ce cours est de :

- Appréhender de façon synthétique les différentes données fonctionnelles (marketing, comptabilité, analytique, finance, gestion des ressources humaines, etc.) en vue d'un avantage concurrentiel durable de l'entreprise,
- Comprendre les techniques d'analyse concurrentielle et définir les stratégies possibles,
- Comprendre la relation dynamique entre stratégie et organisation.

## Syllabus

Cours, lectures, mini-cas. La méthodologie comprend, chaque fois que nécessaire, des précisions terminologiques ainsi que des supports pédagogiques en langue anglaise, disponibles sur Moodle.

### Programme

#### I. La segmentation stratégique et l'évaluation des segments stratégiques

Méthodes prospectives : les bases de données et les quatre domaines technologiques génériques

#### II. L'analyse concurrentielle de chaque segment stratégique (5+1 forces de la concurrence)

#### III. La chaîne de valeur ajoutée, l'analyse de valeur et la matrice SWOT

L'analyse interne de la valeur ajoutée et l'analyse intégratrice distinctive

#### IV. Les stratégies génériques

Stratégies de volume et stratégies de coût

## V. Les implications financières des stratégies génériques

Analyse des coûts et des taux de marge

Les modèles de calcul du point mort (BEP)

## VI. Le management du portefeuille d'activités (matrices BCG1, BCG2, Mc Kinsey, ADL, etc.)

La matrice BCG1 et sa construction (part de marché relative, croissance relative, échelle logarithmique de base 10, etc.)

Les matrices ADL et Mc Kinsey

La matrice intégratrice et ses modalités de construction et de calcul (incluant les valeurs négatives de la fonction logarithme pour les activités décroissantes et les parts de marché négatives (investissements pré-lancements).

## VII. Les stratégies de diversification ou de recentrage

## VIII. Les modalités de développement (croissance interne, acquisitions, alliances et partenariats, etc.)

## IX. Mise en oeuvre de la stratégie (niveaux opérationnel et fonctionnel, KPI, processus budgétaire)

---

# Informations complémentaires

## Bibliographie

Coll. HEC., *Strategor*, Dunod, Paris, 2019

B. Garrette, C. Phelps, O. Sibony, *Cracked it! : How to solve big problems and sell solutions like top strategy consultants*, Palgrave MacMillan, 2018

G. Johnson, F. Frery & alii, *Stratégique*, Pearson Education, Paris, 2010

# Infos pratiques

---

## Contacts

Responsable pédagogique

BROUSTAIL Joël

✉ joel.broustail@sorbonne-universite.fr