

COMPORTEMENT STRATÉGIQUE DES FIRMES
Pascal CHAUCHEFOIN
2009/2010

Licence 2^{ème} année – **Semestre 4**
20 heures de cours + 15 heures de TD -- **3 ECTS**

Introduction générale : Définitions, questions d'actualité, organisation du cours.

Chapitre 1. L'entreprise dans son environnement.

1. Les variables clés.

- a. Le macro-environnement.
- b. La dynamique sectorielle.
- c. Les groupes stratégiques.

2. Les capacités stratégiques de l'entreprise.

- a. Ressources et compétences.
- b. Les facteurs d'efficience.
- c. Analyse SWOT de la capacité stratégique.

Chapitre 2. La décision stratégique.

1. Qui élabore la stratégie ?

- a. Le modèle managérial.
- b. Le modèle patrimonial.
- c. Les modèles alternatifs.

2. Les choix stratégiques.

- a. Les stratégies génériques : prix, différenciation et focalisation.
- b. La diversification.
- c. Partenariats, fusions et acquisitions.

Chapitre 3. L'internationalisation.

1. Les facteurs d'internationalisation.

- a. Les avantages nationaux.
- b. Les logiques productives et concurrentielles.
- c. Les objectifs généraux.

d. Les différentes formes d'internationalisation.

- a. Exportations, alliances, licences.
- b. IDE et DIPP.
- c. La gestion du portefeuille d'activités.

Chapitre 4. L'innovation.

1. De la stimulation à la sélection de l'innovation.

- a. Les incitations à innover.
- b. Le *business model* de l'innovation.
- c. La sélection des projets.

2. La culture de l'innovation.

- a. L'encouragement à la créativité.
- b. L'hybridation.
- c. L'essaimage.

Références bibliographiques

Fréry F., Johnson G., Scholes K., Whittington R. (2008), *Stratégique*, Pearson Education.

Le Loarne S, Blanco S. (2009), *Management de l'innovation*, Pearson Education.

Robbins S., DeCenzo D. (2008), *Management*, Pearson Education.