

<b>MGT 3220</b>		<b>MANAGEMENT STRATEGIQUE</b>			
<b>NIVEAU: LICENCE</b>	<b>CREDITS 5</b>	<b>CLASSE :</b>	<b>3EME ANNEE MANAGEMENT</b>	<b>SEMESTRE</b>	<b>S2</b>
<b>VOLUME HORAIRE</b>	<b>42 H COURS</b>		<b>MODALITES DE CONTROLE DES CONNAISSANCES</b>	<b>EXAMEN FINAL :</b>	<b>70%</b>
	<b>21 H TD</b>			<b>CONTROLE CONTINU:</b>	<b>30%</b>

### **DESCRIPTIF DU COURS**

Ce cours va permettre aux étudiants de connaître le vocabulaire du management stratégique, la démarche de l'analyse stratégique, les outils du diagnostic stratégique et connaître les différents types de stratégies.

### **OBJECTIFS PEDAGOGIQUES**

A la fin de ce cours, les étudiants devraient être en mesure de:

- Maitriser les fondements de la réflexion stratégique
- Comprendre l'analyse stratégique
- Connaître les principaux outils du diagnostic stratégique
- Saisir les différentes orientations stratégiques

### **PRE-REQUIS**

Le vocabulaire et les notions de base en informatique  
les technologies numériques de communication

### **CONTENU**

CHAPITRE I : Introduction à la stratégie d'entreprise

Section 1 –La stratégie : définition et concepts de base

Section 2 – La planification stratégique et le management stratégique

Section 3 – Les théories à l'origine du management stratégique

CHAPITRE II : La segmentation stratégique

Section 1 - La méthodologie de segmentation

Section 2 - Les critères de segmentation

Section 3 - Les difficultés de la segmentation

CHAPITRE III : Le diagnostic stratégique

Section 1 - Le diagnostic externe : l'analyse de l'environnement

Section 2 - Le diagnostic interne : l'analyse de la capacité stratégique de l'entreprise

Section 3 - La synthèse SWOT

CHAPITRE IV : Le choix d'une stratégie générique

Section 1 - La domination par les coûts

Section 2 - La différenciation de l'offre

Section 3 - La concentration

Section 4 - La stratégie hybride

Section 5- La stratégie d'océan bleu

CHAPITRE V : Le diagnostic stratégique d'un portefeuille d'activité

Section 1 - La matrice du Boston Consulting Group (BCG)

Section 2 - La matrice Arthur D. Little (ADL)

Section 3 - La matrice McKinsey

Section 4 - La grille comparative des trois matrices

CHAPITRE VI : Le choix d'une stratégie de développement de l'entreprise

Section 1 - La spécialisation

Section 2 - La diversification

Section 3 - Les modes de croissance

Section 4- Les manœuvres stratégiques

## **BIBLIOGRAPHIE INDICATIVE**

- DESREUMAUX A. (1992), *Introduction à la gestion*, Armand colin.
  - MARCHESNAY M. (1993), *Management stratégique*, Eyrolles.
  - MARCHESNAY M. (2004), *Management stratégique*, Les Editions de l'ADREG
  - MINTZBERG H. (2006), *Structure et dynamique des organisations*, Editions d'Organisation.
  - MUCCHIELLI J. L. (1998), *Multinationales et mondialisation*, Edition du Seuil.
  - *Strategor : toute la stratégie d'entreprise*, (2010), Collectif, Dunod.
  - *Stratégique*, (2011), Collectif, Pearson.
- Pierre J., (2011), *Analyse stratégique*, stratégie de l'entreprise, Dunod.