



CENTRE DE RECHERCHE EN FINANCE, INFORMATIQUE ET MANAGEMENT

Centre d'enseignement supérieur

56, avenue Lamartinière, Port-au-Prince, Haiti - Phones: (+509) 22443226 / 25139711

email: crefima.info@crefima.net - Website: http://www.crefima.net

NIF 000-484-830-6

CREFIMA GROUP

IF0056-03 Management stratégique

2009-2010

Durée : 30 heures

Intervenant : Mr Claude V. REGIS

Objectif général

Permettre à l'étudiant d'acquérir une perspective managériale globale. Le familiariser à la réflexion stratégique et à ses corollaires.

Méthodologie

- Exposé de l'enseignant sur les différentes parties du plan proposé
- Débats sur les différents thèmes / Questions des étudiants.
- Études de cas en classe.

Evaluation

Examen intra à la mi-session	30 pts
Examen final	30 pts.
Plan stratégique en groupe	40 pts.

Contenu du programme

INTRODUCTION GÉNÉRALE AU COURS (chap. 1)

- Les objectifs du cours.
- Type de gestion / les éléments de base d'une stratégie.
- La démarche de l'analyse stratégique / le modèle stratégique
- Les sept clés pour l'organisation
- Les stratégies principales génériques / management d'un portefeuille diversifié.

INTRODUCTION GÉNÉRALE AU COURS (suite) (chap. 1)

- L'analyse concurrentielle / L'analyse du contexte concurrentielle,
- Le jeu concurrentiel intrasectoriel,
- Les obstacles à la mobilité des entreprises / Les barrières à l'entrée,
- La capacité de riposte / Les facteurs d'évolution du contexte concurrentiel

INTRODUCTION GÉNÉRALE AU COURS (suite) (chap. 1)

- Les groupes stratégiques / La lutte concurrentielle entre les groupes stratégiques / Dynamique concurrentielle et choix stratégique.
- **La valeur d'un domaine d'activité.**

- Cycle de vie d'un produit et maturité d'un domaine d'activité,
- La valeur intrinsèque et la valeur relative d'un domaine d'activité.

LA STRATÉGIE CONSTITUE UN MAILLON CENTRAL DU PROCESSUS DE PLANIFICATION STRATÉGIQUE (chap. 2)

- Le dirigeant et la place de la stratégie dans la chaîne des plans de l'entreprise.
- La chaîne fins-moyens de la gestion stratégique.
- Les responsabilités des meneurs d'enjeux en planification stratégique
- Les étapes de la planification stratégique.

LA SEGMENTATION STRATÉGIQUE (chap. 3)

- Différence entre segmentation stratégique et segmentation Marketing.
- Les objectifs de la segmentation stratégique :
- Les critères des découpages et les critères de regroupement
- Les critères de segmentation stratégique
- Difficulté puis portée de la segmentation stratégique.

AVANTAGE COMPÉTITIF ET POSITION CONCURRENTIELLE (chap. 4)

- Typologie des systèmes concurrentiels
- La chaîne des valeurs de Michael Porter
- Les différentes compétences de l'entreprise : Economique, de Gestion, Psychologiques
- Chaîne de valeur et avantage compétitif. Notion de filière.

AVANTAGE COMPÉTITIF ET POSITION CONCURRENTIEL. (chap. 4 suite)

- Étude de la position concurrentielle de l'entreprise.
- Les facteurs clés succès pour une meilleure position concurrentielle.
- Evaluation du degré de maîtrise de l'entreprise et le Benchmarking.

EXAMEN INTRA SEMESTRIEL

LES STRATEGIES DE COÛTS. (chap. 5)

- Définition et explication
- L'effet d'expérience et ses causes
- Les implications stratégiques de l'effet d'expérience
- Les limites de la courbe d'expérience et les limites de la stratégie des coûts.
- Stratégie de coûts et stratégie de volume.

LES STRATEGIES DE DIFFERENCIATION. (chap. 6)

- La Différenciation dans la théorie économique
- Notion d'offre de référence et offre différenciée
- La grille d'analyse des stratégies concurrentielles
- La typologie des stratégies de différenciation
- Les conditions de réussite des stratégies de différenciation

LE PORTEFEUILLE STRATÉGIQUE. (chap. 7)

- Modèles et analyse de portefeuille : BCG, ADL, Mc.Kinsey
- Comment gérer un portefeuille d'activité ? Méthode.
- Deux bases de la gestion de portefeuille.
- Concept de trajectoire stratégique
- Vers une structure équilibrée du portefeuille
- Intégrer la technologie dans l'analyse de portefeuille
- Les choix technologiques et le cycle de vie des technologies

NOTION DE STRUCTURE ET LEADERSHIP

- Réformer la structure en permanence, pour l'adapter à la stratégie
- Les qualités du gestionnaire stratège.

ÉTUDES DE CAS EN CLASSE

Des cas portant en même temps sur le leadership, la stratégie, la structure et la culture.

Bibliographie

1-SRATEGOR :

POLITIQUE GENERALE D'ENTREPRISE

INTERÉDITION

HEC, DAUPHINE, NANTERRE, ENA, ESCP, FRANCE

2-PRATIQUE DE LA STRATEGIE D'ENTREPRISE

Concept opérationnel et procédures à succès.

CLAUDE SICARD

ED : ORGANISATION

HOMMES ET TECHNIQUES

3- STRATEGIE DU DEVELOPPEMENT DE L'ENTREPRISE.

IGOR ANSOFF

4- M.B.A. MARKETING, LES OUTILS.

E.G.C. Collins

Ed. Nouveaux Horizons

5- MARKETING MANAGEMENT

Kotler Dubois

Ed. Nouveaux Horizons

6- M.B.A. MARKETING, LES CONCEPTS

Alexander Hiam

Charles Schewe

Ed. Nouveaux Horizons

COLL. LES CLASSIQUES E.O.

ED. NOUVEAUX HORIZONS

6- LA GESTION STRATEGIQUE D'ENTREPRISE

Aspects théoriques

SÉMINAIRE DE STRATÉGIE ET CHANGEMENT DANS L'ENTREPRISE.

Aspects pratiques. Marcel Coté

Ed. Gaétan Morin

7- POLITIQUE GÉNÉRALE DE L'ENTREPRISE

Analyse et Management stratégique

Jean-charles Mathé

Ed. Economica

8- ANALYSE ECONOMIQUE ET STRATÉGIE D'ENTREPRISE

Daniel Soulié

Coll. Édicef / AUPELF

9- PROSPECTIVE ET PLANIFICATION STRATEGIQUE

Michel Godet

10- MBA STRATEGIE ; LES PARAMETRES ESSENTIELLES DE LA GESTION STRATEGIQUE DES ENTREPRISES.

Dirigés par : L. Fahey et R. Randall.

Maxima, Ed. Nouveaux Horizons.

11- MBA STRATÉGIE ; FAIRE ÉVOLUER LA STRATÉGIE DE L'ENTREPRISE.

Dirigé par : L. Fahey et R. Randall

Maxima, Ed. Nouveaux Horizons.

12.- STRUCTURE ET DYNAMIQUE DES ORGANISATIONS.

Henry Mintzberg

Ed. Organisation.

CREFIMA FORMATION

f o s