

6 crédits	30.0 h + 10.0 h	Q2
-----------	-----------------	----

Enseignants	Meurisse Vincent ;Sinigaglia Nadia ;
Langue d'enseignement	Français
Lieu du cours	Mons
Thèmes abordés	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Introduction à la stratégie</li> <li>2. Analyse de l'environnement</li> <li>3. Analyse de la capacité stratégique</li> <li>4. L'intention stratégique</li> <li>5. Culture et stratégie</li> <li>6. Les stratégies par domaine d'activité (Business)</li> <li>7. La stratégie au niveau de l'entreprise</li> <li>8. Les stratégies internationales</li> <li>9. Les fusions et acquisitions, alliances et partenariats</li> </ol>
Acquis d'apprentissage	<p>Au terme de cet enseignement, l'étudiant sera capable :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- de réaliser un diagnostic stratégique (analyse stratégique externe et interne), mettant en évidence les opportunités et menaces, ainsi que les forces et faiblesses relatives ;</li> </ul> <p>1 - au terme d'un diagnostic stratégique, d'identifier les options stratégiques les plus adaptées à la situation de l'organisation, c'est-à-dire prenant en compte ses spécificités stratégiques, culturelles, locales et internationales ;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- de formuler la stratégie d'une organisation de manière synthétique.</li> </ul> <p>-----</p> <p><i>La contribution de cette UE au développement et à la maîtrise des compétences et acquis du (des) programme(s) est accessible à la fin de cette fiche, dans la partie « Programmes/formations proposant cette unité d'enseignement (UE) ».</i></p>
Modes d'évaluation des acquis des étudiants	L'évaluation (note finale de l'étudiant) sera déterminée sur base d'un <b>examen écrit</b> portant sur l'ensemble de la matière vue au cours, et programmé durant les sessions officielles.
Méthodes d'enseignement	Alternance d'exposés de nature théorique et d'études de cas. Ceux-ci feront souvent l'objet de discussions en petits groupes.
Contenu	Après une introduction à la stratégie, ce cours met l'accent sur les deux volets de l'analyse stratégique (externe: analyse de l'environnement dans toutes ses dimensions; interne: analyse des capacités et contraintes, de la culture de l'organisation) que toute organisation doit mener avant d'élaborer sa stratégie. Les stratégies envisagées dans le cadre du développement de l'entreprise sont également discutées: stratégies par domaine d'activité, stratégies internationales, fusions, acquisitions, alliances et partenariats.
Ressources en ligne	Slides Powerpoint Matériel Vidéo
Bibliographie	Tout étudiant désireux d'en savoir davantage sur les sujets abordés est invité à consulter l'ouvrage de référence du cours, à savoir: Johnson G., Whittington R., Scholes K., Angwin D., Regnér P. & Fréry F. (2017), Stratégique, 10ème édition, Pearson Education France.
Autres infos	Le matériel pédagogique utilisé est composé de Slides (écrans Power Point). Tout le matériel pédagogique est mis à disposition des étudiants sur le Student Corner( <a href="http://www.student-corner.be">http://www.student-corner.be</a> ). Nous invitons les étudiants à consulter <u>régulièrement</u> ce site.
Faculté ou entité en charge:	CLSM

<b>Programmes / formations proposant cette unité d'enseignement (UE)</b>				
Intitulé du programme	Sigle	Crédits	Prérequis	Acquis d'apprentissage
Master [120] en sciences de gestion (horaire décalé)	GEHM2M	6		
Master [60] en sciences de gestion (horaire décalé)	GEHM2M1	6		