

5.00 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"> 1. Introduction à la stratégie 2. Analyse de l'environnement 3. Analyse de la capacité stratégique 4. L'intention stratégique 5. Culture et stratégie 6. Les stratégies par domaine d'activité (Business) 7. La stratégie au niveau de l'entreprise 8. Les stratégies internationales 9. Les fusions et acquisitions, alliances et partenariats
Acquis d'apprentissage	<p>A la fin de cette unité d'enseignement, l'étudiant est capable de :</p> <p><u>Contribution de l'unité d'enseignement au référentiel AA du programme</u> Eu égard au référentiel de compétences du programme Master 120 Sciences de Gestion de la LSM, cette unité d'enseignement contribue au développement et à l'acquisition des compétences suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> • 2. Maîtriser les savoirs • 3. Appliquer une démarche scientifique <p><u>Les Acquis d'Apprentissage au terme de l'unité d'enseignement</u></p> <p>1 Au terme de cet enseignement, l'étudiant sera capable :</p> <ul style="list-style-type: none"> • de réaliser un diagnostic stratégique (analyse stratégique externe et interne), mettant en évidence les opportunités et menaces, ainsi que les forces et faiblesses relatives ; • 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 ; • de formuler la stratégie d'une organisation de manière synthétique.
Modes d'évaluation des acquis des étudiants	L'évaluation (note finale de l'étudiant) sera déterminée sur base d'un examen écrit , programmé durant les sessions officielles, portant sur l'ensemble de la matière vue durant les séances plénières.
Méthodes d'enseignement	Alternance d'exposés de nature théorique et d'études de cas.
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 : R. WHITTINGTON, D. ANGWIN, P. REGNER, G. JOHNSON, K. SCHOLLES & F. FRÉRY (2023), Stratégie, 13ème édition, Pearson Education France.
Autres infos	Le matériel pédagogique utilisé est composé de Slides (<i>écrans Power Point</i>). Tout le matériel pédagogique est mis à disposition des étudiants sur Moodle. Nous invitons les étudiants à <u>consulter régulièrement</u> ce site.

Faculté ou entité en charge:	CLSM
------------------------------	------

Programmes / formations proposant cette unité d'enseignement (UE)				
Intitulé du programme	Sigle	Crédits	Prérequis	Acquis d'apprentissage
Master [120] en communication stratégique (horaire décalé - en alternance)	COAM2M	5		