

## **STRATEGIE D'INTERNATIONALISATION DES ENTREPRISES**

### **1. Enseignant :**

Monsieur Van Vinh Diep

### **2. Code :**

STR01

### **3. Objectif :**

Ce cours vise à révéler et mettre en valeur les facteurs clés qui poussent les entreprises à développer leur stratégie à l'international. Il consiste à crédibiliser le développement de la connaissance et la prise de conscience des étudiants sur l'importance de la dimension internationale dans les stratégies de développement à long terme des firmes face à leurs contraintes de survie menacée par la globalisation écrasante des marchés.

### **4. Contenu :**

#### 1. La logique de la globalisation dans le développement international

- La logique de la globalisation
- Le défi des marchés internationaux et l'ouverture stratégique des entreprises vers l'international
- Les dimensions de rentabilité et de technologie comme contraintes et facteurs de déclenchement de la stratégie internationale

#### 2. L'importance de la stratégie d'internationalisation des firmes

L'intégration de la logique internationale dans la formulation de la stratégie internationale

- L'identification des facteurs clés de l'environnement international dans le captage des opportunités de localisations et de développement des activités
- L'évaluation du potentiel de développement des transactions internationales
- Les critères conditionnant le choix des implantations internationales

La construction de la stratégie internationale des firmes

- La détermination des objectifs stratégiques
- Les différentes orientations stratégiques
- La stratégie de localisations

#### 3. La concurrence internationale et les déclinaisons stratégiques internationales des entreprises

La concurrence internationale

- Les firmes concurrentes et la concurrence des nations dans les enjeux stratégiques de domination
- Les investissements croisés dans le maillage des intérêts
- La recherche des avantages durables

Les déclinaisons stratégiques des firmes à l'international

- La nature des Domaines d'Activités Stratégiques et leur degré d'ouverture dans le mécanisme d'expansion internationale des firmes
- =>L'envergure internationale des DAS dans l'approche Global/Local/Multinational
- La dynamique des interactions entre stratégie, organisation et système de management dans la théorie des 3 S de Van Vinh DIEP à l'international
- Les stratégies de remontée de filière des firmes d'Asie Extrême - Orientale dans la conquête des marchés internationaux
- Les stratégies internationales comparées des firmes Asiatiques, Américaines et Européennes
- Les stratégies d'alliance, de fusion – acquisition et d'encerclement des Groupes Internationaux

Conclusion : Quel choix stratégique international permettant aux entreprises de se maintenir et de se développer face à la montée en puissance

### **5. Pré requis :**

Ce cours nécessite une bonne base en Economie Générale et Micro - Economie, en Marketing Fondamental et Opérationnel, en Management Général, en Comptabilité Générale et Analytique et en Finance. L'étudiant doit disposer des capacités d'analyse et de raisonnement logique.

### **6. Niveau des études :**

L3 / Bachelor, ESCI 1<sup>e</sup> année

**7. Nombre d'heures :**

30

**8. Nombre d'ECTS :**

4

**9. Langue d'enseignement :**

Français

**10. Méthodes pédagogiques :**

Cours interactif dans la dynamique du face à face (approches conceptuelles et opérationnelles avec des illustrations de cas réels) et études de cas pratiques.

**11. Modalités d'évaluation des étudiants :**

Contrôle continue : l'analyse de cas qui doit être préparée individuellement à la maison. L'étudiant doit participer à la correction de cas dans les interactions avec le professeur sous forme de questions-réponses. Evaluation : 30%

Examen final : 70 %

**12. Bibliographie de référence :**

Olivier Meier et Guillaume Schier, *Entreprises multinationales - Stratégie. Restructuration. Gouvernance*, Ed. Dunod, 2005

K.W. Glaister, Romy Husan, Peter J. Buckley, *Strategic Business Alliances: An Examination of the Core Dimensions*, Ed. Edward Elgar Publishing Ltd (26 mai 2004)

Wladimir Andreff, *La déterritorialisation des multi-nationales : firmes globales et firmes-réseaux*, Revue Cultures et Conflits, 1990

Kenichi Ohmae, *Géographie secrète de la nouvelle économie* Ed. Village mondial, 320 p., Paris

---

Kenichi Ohmae, *The Evolving Global Economy - Making Sense of the New World Order*. Ed. Harvard Business School Press, October, 1995

Kenichi Ohmae, *The End of the Nation State - How Region States Harness the Prosperity of the Global Economy*, Ed. Harper Collins Publishers - Paperback: The Free Press, Simon & Schuster, Inc., May 1995

M. Porter, *L'avantage concurrentiel des nations*, InterEdition, Paris, 1993

Jean François Huchet et Xavier Huchet : *Gouvernance, coopération et stratégie des firmes chinoises*, Ed Harmattan, Paris, 2005

Lall, Sanjaya, *Competitiveness Indices and Developing Countries: An Economic Evaluation of the Global Competitiveness Report*, World Development, Elsevier, vol. Lall, Sanjaya, 2001

Timothy J. Sturgeon, *Modular production networks: a new American model of industrial organization*, Industrial and Corporate Change, Oxford University Press, vol. Timothy J. Sturgeon, 2002

Lall, Sanjaya & Teubal, Morris, *Market-stimulating technology policies in developing countries: A framework with examples from East Asia* World Development, Elsevier, vol. Lall, Sanjaya & Teubal, Morris, 1998

Mathews, John A., "The origins and dynamics of Taiwan's R&D consortia," *Research Policy*, Elsevier, vol. 2002

Stiglitz, Joseph E., "Some Lessons from the East Asian Miracle," *World Bank Research Observer*, Oxford University Press, vol. Stiglitz, Joseph E, 1996

---

Birkinshaw J., *Strategy and management in MNE subsidiaries* », dans Rugman A.M. et Brewerr T. (eds), *Oxford handbook of international business*, Oxford, University Press, 2001

Birkinshaw J. et Hood N., *Multinational corporate evolution and subsidiary development*, Houndmills, Basingstoke, Hampshire, Macmillan, 1998

Birkinshaw J. et Hood N. et Jonsson S., *Building firm-specific advantages in multinational corporations : the role of subsidiary initiative*, *Strategic Management Journal*, Vol. 19, No. 3, pp.221-241, 1998

Birkinshaw J., Toulan O. et Arnold D., *Global account management in multinational corporations: theory and evidence*, *Journal of International Business Studies*, Vol. 32, No. 2, pp.231-248, 2001

Birkinshaw J. M. et Morrison A., *Configurations of strategy and structure in subsidiaries of multinational corporations*, *Journal of International Business Studies*, Vol., pp.723-753, 1995

Barlett C. A. et Ghoshal S., *Tap your subsidiaries for global reach*, *Harvard Business Review*, 1986

Barlett C. A. et Ghoshal S., *Managing across borders: new strategic requirements*, *Sloan Management Review*, 1987