

PERFORMANCE GLOBALE DE L'ENTREPRISE

1. Enseignant :

Monsieur Henri Lequien
Monsieur Van Vinh Diep

2. Code :

PGE03

3. Objectif :

A) Déterminer et délimiter le champ d'une stratégie d'entreprise

Connaître les principales recherches théoriques appliquées opérationnellement en stratégie d'entreprise

Maîtriser les outils d'analyse de la compétitivité des entreprises

Appréhender la chaîne de valeur d'une entreprise et son exploitation

Connaître les outils d'optimisation stratégique de l'offre d'une entreprise

B) Développer et mettre en valeur les connaissances des étudiants sur l'importance de la Stratégie dans l'identification et le choix d'une bonne direction affectant la performance et le système de management des entreprises. Dans cette logique, ce cours leur permet à bien appréhender les différents facteurs clefs de succès et la dynamique ou la rigidité des structures organisationnelles en vue de mieux formuler une Stratégie de Développement appropriée et de mettre en œuvre à l'issue de celle-ci des solutions bien adaptées et efficaces.

4. Contenu :

A) Travail préparatoire sur les 6 forces de Porter à partir d'un cas d'entreprise

Révision sur les acquis de la chaîne de valeur

Travail récapitulatif sur la démarche Océan bleu à partir du cas Nespresso

Révision pratique sur la définition des DAS d'une entreprise à partir d'exemples « Grands Comptes »

B) L'importance de la Stratégie dans la Direction des Entreprises

- La Stratégie et tant composant clé dans l'identification d'une meilleure direction pour le développement de l'entreprise
- Processus de Management Stratégique : vision et mission, mise en œuvre des objectifs stratégiques, audit de la performance globale
- Tableau d'évaluation des résultats par rapport aux objectifs et réflexion sur la recherche des solutions

L'analyse des facteurs de l'environnement externe et de la compétitivité des entreprises

- L'analyse des facteurs explicites : types de marché, technologie et leurs impacts, etc.
- Les 6 forces de Michael Porter, les barrières à l'entrée et à la sortie d'un secteur
- Les facteurs clefs conditionnant l'intensité concurrentielle

L'analyse des composants clés liés à la Structure et aux Systèmes de Management de l'Entreprise

- Le diagnostic organisationnel
- La dynamique de la chaîne de valeur dans la recherche des avantages concurrentiels

Les outils d'analyse stratégique

- Les Modèles d'analyse de portefeuille : BCG, ADL, McKinsey
- Le Modèle LCAG de Harvard et le Modèle SWOT-VVD (VanVinh Diep)
- L'analyse des attributs
- Les limites des approches stratégiques de Porter et la dynamique des approches de Toyota et des firmes performantes

La dynamique interactive de l'entreprise face aux marchés : les différentes stratégies

- La logique et le secret de la segmentation stratégique
- La matrice Ansoff
- Les stratégies de spécialisation, de diversification
- Les stratégies de Fusion-Acquisition dans le renforcement de la Performance Globale des Firmes
- Les stratégies d'alliance

Conclusion

La Stratégie soigneusement identifiée et mise en place renforce la Performance Globale de l'Entreprise et permet à la Direction Générale de transformer ses aspirations de développement et sa volonté d'expansion en actions concrètes renforçant les capacités d'adaptation et de réussite de la Firme.

5. Pré requis :

A) Ce cours est davantage une conclusion d'ensemble à un cycle de management quel qu'il soit qu'une introduction. Il est donc préférable d'avoir suivi les modules de base du management (marketing, finances, économie, ...)

B) 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 une capacité d'analyse et de raisonnement logique

6. Niveau des études :

Master 2, ESCI 3^e année

7. Nombre d'heures :

30 h

8. Nombre d'ECTS :

4

9. Langue d'enseignement :

Français

10. Méthodes pédagogiques :

A) Cours théorique alterné avec des cas pratiques faisant appel à des travaux de groupe. Chaque séance est en particulier conclue par un mini-cas où les étudiants doivent répondre précisément à une problématique illustrant le cours.

B) Cours interactif dans la dynamique du face à face (approches conceptuelles et opérationnelles avec des illustrations de cas réels) et Etudes de cas pratique

11. Modalités d'évaluation des étudiants :

A) Contrôle final (100%) : Attribution d'une note finale. Interrogation sur des points précis vus en cours ou mise en œuvre d'un cas pratique (du type analyse de Porter ou stratégie Océan Bleu)

B) Contrôle continue (30%) : 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 :

Contrôle final (70%) : Examen final :

12. Bibliographie de référence :

A) M. Porter, L'avantage concurrentiel, Interéditions, 1986

W. Chan Kim, Renée Mauborgne, Stratégie Océan Bleu, Edition Pearson, 2008

B) Il n'y a de saine performance que dans l'équilibre, l'Expansion Management Review n°74

Pourquoi Air Liquide n'est pas comme les autres ?, La Tribune Desfossés, janv. 1995

Pourquoi évaluer sa performance au niveau du processus ?, AFAQ Global Performance

Nicolas Théry, La stratégie industrielle européenne : comment faire fonctionner la stratégie de Lisbonne ?, Revue DG Entreprises et Industrie, 8 juillet 2005

Logiciels de Business Intelligence : MicroStrategy Editeur de Business Intelligence Indépendant, Solutions de Reporting et Tableaux de Bord pour le Management des Performances de l'Entreprise.

Hutchinson, Colin, Building to Last: the Challenge for Business Leaders, Earthscan, Publications, 1997

Korten, David, The Post-Corporate World: Life after Capitalism, Kumarian Press, West Hartford and Berrett-Koehler, San Francisco, 1999

Willums, Jan-Olaf, The Sustainable Business Challenge: A Briefing for Business Leaders, published by Greenleaf Publishing, 1998.

Javier C. Cuervo, Low Sui Pheng, Global performance measures for transnational construction corporations, in: Construction Management and Economics, Volume 22, Issue 8 October 2004

- Porter, Michael E., *On Competition*, Updated and Expanded Edition, Boston, Harvard Business School Press, 2008
- Porter, Michael E. *The Competitive Advantage of Nations*, New York, Free Press, 1990 (Republished with a new introduction, 1998)
- Porter, Michael E., ed., *Competition in Global Industries*, Boston, Harvard Business School Press, 1986
- Porter, Michael E., *The Five Competitive Forces That Shape Strategy*, Special Issue on HBS Centennial, *Harvard Business Review* 86, no. 1, January 2008
- Porter, Michael E., Kramer, M. R., *Strategy and Society: The Link between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility*, *Harvard Business Review* 84, no. 12, December 2006
- Porter, Michael E., Lorsch J. W., Nohria N., *Seven Surprises for New CEOs*, R0410C, *Harvard Business Review* 82, no. 10, 2004
- Sakakibara, Mariko, Porter M. E., *Competing at Home to Win Abroad: Evidence from Japanese History*, *The Review of Economics and Statistics* 83, no. 2, May 2001
- Porter, Michael E., *Towards a Dynamic Theory of Strategy*, *Strategic Management Journal*, winter 1991
- Fernandez-Poisson D., Molho D., *La performance globale de l'entreprise*, Editions Eyrolles, Paris, 2003
- Adapter les structures de l'entreprise, Intégration et différenciation*, Editions d'Organisation, Paris 1990