

STRATÉGIE D'ENTREPRISE

Responsable : H GISSLER (CNAM)

Objectifs du module :

Comprendre et appliquer une réflexion stratégique à moyen/long terme pour orienter l'offre de l'entreprise vers les attentes du marché et la satisfaction du client.
Maîtriser les outils d'identification des opportunités de marché et la mise en place de plans d'actions complets.

Compétences visées :

- être capable d'analyser un secteur d'activité et de réaliser une veille concurrentielle stratégique
- être capable d'identifier les leviers d'une bonne stratégie d'entreprise
- être capable de définir une stratégie
- être capable de mobiliser les principaux outils d'analyse stratégique

Prérequis :

Bonnes connaissances des principaux rouages économiques et financiers de l'entreprise.

Contenus :

1. L'analyse de l'industrie

Identifier les règles de succès

- Caractéristiques de l'industrie
- Différentes activités (DAS – Domaines d'Activités Stratégiques)
- Facteurs Clés de Succès (FCS)

2. L'analyse de la concurrence

Analyser la pression concurrentielle

- Forces de la concurrence
- Groupes stratégiques

3. Stratégies génériques mise en place dans le contexte sectoriel

Choisir sa stratégie

- Avantage concurrentiel et caractéristiques de l'industrie (BCG 2)
- Les 3 stratégies génériques (Porter 1980)

Modalités pédagogiques :