

**REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE**



**MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR  
ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE**

**Faculté des sciences économiques, commerciales et sciences de gestion**

**MASTER**

**ACADEMIQUE/PROFESSIONNALISANT**

**Management stratégique**

**Responsable de l'équipe de formation**

**M<sup>me</sup> MATMAR .D**

## I – Fiche d'identité du Master

### 1 - Localisation de la formation :

Faculté (ou Institut) : Des sciences économiques, commerciales et des sciences de gestion

Département : Des sciences de gestion

### 2- Partenaires de la formation \*:

- autres établissements universitaires : Université de Bejaia, Université d'Alger, Ecole Supérieure de Commerce, Université de Boumerdès.

#### - Entreprises et autres partenaires socio économiques :

Chambre de l'Industrie et du Commerce du Djurdjura; BADR; BEA; BNA; CNEP/Banque; SAA; CAAR; BDL; CAAT; CPA; BAD; ENIEM; Electro-Industries ; CEVITAL; COTITEX; ENALAIT; ORLAC; APC/Tizi-Ouzou; SOGI; CASNOS; OPGI; ONAT; SAIDAL, AIR ALGERIE, SONATRACH, TOURING VOYAGE ALGERIE.

- **Partenaires internationaux** : Université Paris Dauphine (France) ; Université Paris X, Nanterre (France) ; Université Montesquieu, Bordeaux (France) ; IFRED.

\* = Présenter les conventions en annexe de la formation

## 3 – Contexte et objectifs de la formation

### A Conditions d'accès *(indiquer les spécialités de licence qui peuvent donner accès au Master)*

Les spécialités de licence qui peuvent donner accès au à ce master sont :

- Management ;
- Économie et gestion des entreprises ;
- Marketing et techniques commerciales ;
- Commerce international.

### B - Objectifs de la formation *(compétences visées, connaissances pédagogiques acquises à l'issue de la formation- maximum 20 lignes)*

La formation en master sciences de gestion / spécialité : Management Stratégique des Entreprises a pour objectif général l'acquisition des savoirs théoriques et méthodologiques nécessaires pour occuper un emploi de cadre supérieur et intermédiaire dans les métiers du management , de la finance d'entreprise, du contrôle financier, du contrôle de gestion.

Les diplômés de cette formation peuvent postuler à un doctorat troisième cycle dans le domaine des sciences de gestion. Ils sont aussi en mesure de postuler pour des postes supérieurs dans des entreprises

Les activités pédagogiques, tout au long de la formation, sont prises en charge par des équipes d'enseignants dont le souci est de transmettre aux étudiants toutes les connaissances nécessaires afin de bénéficier d'une formation de qualité.

### **C – Profils et compétences métiers visés** *(en matière d'insertion professionnelle - maximum 20 lignes) :*

Le profil de cette formation permet aux étudiants :

- D'approfondir leurs connaissances en management des entreprises ;
- De développer leurs aptitudes et compétences dans divers champs disciplinaires de la gestion en général et du management en particulier ;
- De maîtriser la dimension stratégique et son influence sur le fonctionnement des firmes ;
- D'acquérir les bases indispensables afin de comprendre le processus des organisations ;
- Se doter d'une vision transversale permettant à l'étudiant de consolider ses connaissances dans le domaine du management et de la stratégie des entreprises.

### **D- Potentialités régionales et nationales d'employabilité des diplômés**

Les diplômés de ce master peuvent postuler à des emplois pour occuper des postes de responsabilité dans le domaine de la gestion, du management, de la gestion des ressources humaines d'élaborer des stratégies d'entreprise ainsi que marketing ce qui répond aux besoins souvent exprimés par les entreprises nationales et locales, les institutions bancaires et financières les administrations publiques.

### **E – Passerelles vers d'autres spécialités**

Les passerelles entre les spécialités sont possibles, elles permettent la construction de parcours individualisés et facilitent la mobilité des étudiants.

Cette offre de formation est une spécialité qui existe au niveau de l'université de Boumerdès et l'université de Bejaia.

## **F – Indicateurs de suivi de la formation**

Pour un déroulement efficace et une formation de qualité :

- Les matières, durant les trois semestres, sont directement liées au management et à la stratégie des entreprises,

-Les programmes établis sont de qualité et riches en concepts,

-Les programmes seront dispensés avec des moyens modernes en plus de supports sur les différentes matières enseignées

-L'assiduité et le taux de réussite doit être important.

## **G – Capacité d'encadrement** (donner le nombre d'étudiants qu'il est possible de prendre en charge)

-Le nombre d'étudiants dans ce master ne doit pas dépasser 60 (étudiants).

## **II – Fiche d'organisation semestrielle des enseignements**

## Semestre 1 :

Tableau : Organisation des unités d'enseignement pour le semestre 1

Unité d'Enseignement	VHS	V.H hebdomadaire				Coeff	Crédits	Mode d'évaluation	
	14-15 sem	C	TD	T Personnel	VHT			Continu	Examen
<b>UE fondamentale</b>									
Les écoles de la pensée stratégique	120	1.5	1.5	6	9	2	6	X	x
Système d'information et veille stratégique	120	1.5	1.5	6	9	2	6	X	x
Management de projet	120	1.5	1.5	6	9	2	6	X	x
<b>UE Méthodologique</b>									
Méthodologie de recherche	84	1.5		3	6	2	4		x
Finance d'entreprise	84	1.5	1.5	3	6	2	5	X	x
<b>UE Découverte</b>									
Droit des affaires	42	1.5	-	2	3	1	2		X
<b>UE Transversale</b>									
Langue étrangère	42	1.5		2	3	1	1	X	
<b>Total Semestre 1</b>	<b>630</b>	<b>10.5</b>	<b>6</b>	<b>28</b>	<b>45</b>	<b>12</b>	<b>30</b>		

## Semestre 2

Tableau : Organisation des unités d'enseignement pour le semestre 2

Unité d'Enseignement	VHS	V.H hebdomadaire				Coeff	Crédits	Mode d'évaluation	
	14-15 sem	C	TD	TP	VHT			Continu	Examen
<b>UE fondamentales</b>									
La création de valeur et des modèles d'affaires	120	1.5	1.5	6	9	2	6	X	x
Processus de prise de décisions stratégiques	120	1.5	1.5	6	9	2	6	X	x
Les outils d'analyse stratégique	120	1.5	1.5	6	9	2	6	X	X
<b>UE Méthodologique</b>									
Entreprenariat	84	1.5		3	6	2	4	X	X
Contrôle de gestion et management de la performance	84	1.5	1.5	3	6	2	5	X	X
<b>UE Découverte</b>									
Théorie de la firme	42	1.5		2	3	1	2		X
<b>UE Transversale</b>									
Langue étrangère	42	1.5		2	3	1	1	X	
<b>Total Semestre 2</b>	630	10.5	6	28	45	12	30		

## Semestre 3

**Tableau : Organisation des unités d'enseignement pour le semestre 3**

Unité d'Enseignement	VHS	V.H hebdomadaire				Coeff	Crédits	Mode d'évaluation	
	14-15 sem	C	TD	TP	VHT			Continu	Examen
<b>UE fondamentales</b>									
Stratégies et structures organisationnelles	120	1.5	1.5	6	9	3	6	X	X
Management du changement stratégique	120	1.5	1.5	6	9	3	6	X	X
Les stratégies de croissance et d'internationalisation	120	1.5	1.5	6	9	3	6	X	X
<b>UE Méthodologique</b>									
Marketing stratégique	84	1.5	1.5	3	6	2	5	X	X
Communication et rédaction administrative	84	1.5		3	6	2	4		X
<b>UE Découverte</b>									
Firme et gouvernance des entreprises	42	1.5		2	3	1	2	-	X
<b>UE Transversale</b>									
Langue étrangère	42	1.5		2	3	1	1	X	
<b>Total Semestre 3</b>	<b>630</b>	<b>10.5</b>	<b>6</b>	<b>28</b>	<b>45</b>	<b>12</b>	<b>30</b>		

#### 4- Semestre 4 :

**Domaine** : Des Sciences économiques, commerciales et des sciences de gestion  
**Filière** : Science de gestion  
**Spécialité** : Management stratégique

Stage en entreprise sanctionné par un mémoire et une soutenance.

	<b>VHS</b>	<b>Coeff</b>	<b>Crédits</b>
<b>Travail Personnel</b>	600	4	30
<b>Stage en entreprise</b>			
<b>Séminaires</b>			
<b>Autre (préciser)</b>			
<b>Total Semestre 4</b>	600	4	30

### **III – Fiches d'organisation des unités d'enseignement**

**Unité fondamentale**  
**Filière : Sciences de gestion**  
**Spécialité : management stratégique**  
**Semestre : 01**

Répartition du volume horaire global de l'UE et de ses matières	Cours : 67 TD : 67 TP: Travail personnel : 270
Crédits et coefficients affectés à l'UE et à ses matières	<b>UE : UEF1</b> crédits 18 Matière 1 : Les écoles de la pensée stratégique Crédits : 06 Coefficient : 02  Matière 2 : Système d'information et veille stratégique Crédits : 06 Coefficient : 02  Matière 3 : Management de projet Crédits : 06 Coefficient : 02
Mode d'évaluation (continu ou examen)	Continu et examen
Description des matières	<b>Matière 1 : Les écoles de la pensée stratégique</b> <b>Objectifs de l'enseignement</b> Cette matière consiste en la familiarisation de l'étudiant avec les fondements théorique relatif aux écoles de la pensée stratégique et ce pour maîtriser les fondements de la réflexion stratégique. <b>Matière 2 : Système d'information et veille stratégique</b> <b>Objectifs de l'enseignement</b> Il permet à l'étudiant d'acquérir les moyens et outils de collecte et d'analyse des informations de l'environnement pour l'aide à la décision, il permet aussi de distinguer les différentes formes de veille et de les adapter au contexte de l'entreprise <b>Matière 3 : Management de projet</b> <b>Objectifs de l'enseignement</b> les étudiants suivant ce présent module, seraient en mesure de: - Maîtriser les fondamentaux du management de projet, - Cerner les compétences secrétant le management de projet, - Instrumenter le management de projet, - Mesurer les défis actuels du management de projet.

**Unité méthodologie**

Filière : Sciences de gestion

Spécialité : Management stratégique

Semestre : 01

Répartition du volume horaire global de l'UE et de ses matières	Cours : 45 TD : 22 TP: Travail personnel : 90
Crédits et coefficients affectés à l'UE et à ses matières	<b>UEM1 :</b> crédits 09 Matière 1 : Méthodologie de recherche Crédits : 04 Coefficient : 02  Matière 2 : finance d'entreprise Crédits : 05 Coefficient : 02
Mode d'évaluation (continu ou examen)	Examen et continu
Description des matières	<b>Matière 1 : Méthodologie de recherche</b> <b>Objectifs de l'enseignement</b> La méthodologie, combinée à l'épistémologie et à la théorie, est une dimension centrale de toute recherche scientifique. Cette dimension, qui interpelle tant les paramètres qualitatifs que quantitatifs de la recherche, vise à: -Donner un caractère scientifique à la recherche en rompant avec les fausses croyances du chercheur, -Comprendre et expliquer la place du chercheur dans une situation sociale complexe, -Découvrir la complexité de l'observation empirique d'une réalité sociale, -Gérer et articuler les différentes étapes de la recherche scientifique.  <b>Matière 2 : finance d'entreprise</b> <b>Objectifs de l'enseignement</b> Au terme de cet enseignement l'étudiant sera en mesure :  <ul style="list-style-type: none"> <li>• d'évaluer la pertinence des décisions d'investissement ;</li> <li>• d'optimiser la structure du bilan des sociétés ;</li> <li>• de rétribuer les apporteurs de capitaux ;</li> <li>• d'améliorer les conditions de financement.</li> </ul>

**Unité découverte**

Filière : Sciences de gestion

Spécialité : Management stratégique

Semestre : 01

Répartition du volume horaire global de l'UE et de ses matières	Cours : 22 TD : TP: Travail personnel : 30
Crédits et coefficients affectés à l'UE et à ses matières	<b>UED1</b> : crédits 02  Matière : Droit des affaires Crédits : 02 Coefficient : 01
Mode d'évaluation (continu ou examen)	Examen
Description des matières	<b>Matière : Droit des affaires</b> <b>Objectifs de l'enseignement</b> Cette matière permettra à l'étudiant d'approfondir ses connaissances relatives aux notions juridiques applicables aux affaires en Algérie et comprendre les implications légales des activités dans ce domaine, notamment, les questions liées à l'exercice de l'activité commerciale.

**Unité transversale**

Filière : Sciences de gestion

Spécialité : Management es entreprises

Semestre : 01

Répartition du volume horaire global de l'UE et de ses matières	Cours : 22 TD : TP: Travail personnel : 30
Crédits et coefficients affectés à l'UE et à ses matières	<b>UET1 :</b> crédits 01 Matière 1 : Langue étrangère Crédits : 01 Coefficient : 01
Mode d'évaluation (continu ou examen)	Examen
Description des matières	Matière langue étrangère Objectif de l'enseignement Au terme de la formation l'étudiant doit être capable de s'exprimer et de rédiger des articles en langue étrangère notamment en, anglais

**Unité fondamentale****Filière : Sciences de gestion****Spécialité : Management stratégique****Semestre : 02**

Répartition du volume horaire global de l'UE et de ses matières	Cours : 67 TD : 67 TP: Travail personnel : 270
Crédits et coefficients affectés à l'UE et à ses matières	<b>UEF2 :</b> crédits 18 Matière 1 : La création de valeur et des modèles d'affaires Crédits : 06 Coefficient : 02  Matière 2 : Processus de prise de décisions stratégique Crédits : 06 Coefficient : 02  Matière 3 : Les outils d'analyse stratégique Crédits : 06 Coefficient : 02
Mode d'évaluation (continu ou examen)	Continu et examen
Description des matières	<b>Matière 1 : La création de valeur et des modèles d'affaires</b> <b>Objectif de l'enseignement</b> Cet enseignement permet à l'étudiant de comprendre comment créer de la valeur et passer de la valeur réelle à la valeur perçue par le consommateur à partir de l'intégration d'avantages concurrentiels.  <b>Matière 2 : Processus de prise de décisions stratégique</b> <b>Objectif de l'enseignement :</b> Cette matière permet à l'étudiant de se familiariser avec des concepts relatif au processus de prise de décision et d'adapter ce dernier au contexte de l'entreprise et de l'environnement dans le quelle elle se trouve.  <b>Matière 3 : Les outils d'analyse stratégique</b> <b>Objectif de l'enseignement :</b> Cet enseignement permet à l'étudiant de maîtriser les outils d'analyse stratégique ^pour établir des plans stratégiques pour l'entreprise évaluer le portefeuille d'activité d'une entreprise définir sa position concurrentielle.

**Unité méthodologie**

Filière : Sciences de gestion

Spécialité : Management stratégique

Semestre : 02

Répartition du volume horaire global de l'UE et de ses matières	Cours : 45 TD : 22 TP: Travail personnel : 90
Crédits et coefficients affectés à l'UE et à ses matières	<b>UEM1 :</b> crédits 09 Matière 1 : Entreprenariat Crédits : 04 Coefficient : 02  Matière 2 : Contrôle de gestion et management de la performance Crédits : 05 Coefficient : 02
Mode d'évaluation (continu ou examen)	Examen et continu
Description des matières	<b>Matière 1 : Entreprenariat</b> <b>Objectifs de l'enseignement</b> Ce cours traite du processus entrepreneurial. L'étudiant découvre de quelle façon les entrepreneurs prospères reconnaissent les occasions d'affaires, trouvent des idées et organisent leurs ressources afin de lancer des projets ou des entreprises qui, tout en répondant à des besoins du marché, leur apportent de grandes satisfactions personnelles. L'élève examine ainsi les valeurs, les qualités et les habiletés qui sont à la base des activités entrepreneuriales <b>Matière 2 : Contrôle de gestion et management de la performance</b> <b>Objectifs de l'enseignement</b> Au terme de cet enseignement l'étudiant sera en mesure <b>Objectifs de l'enseignement :</b> Ce cours permettra à l'étudiant d'approfondir ses connaissances théoriques et conceptuelles en matière de contrôle de gestion, ainsi, les exigences liées au management et au pilotage de performances. La compréhension des variables contextuelles modifiant la problématique du contrôle de gestion stratégique et les différents outils développés comme repense aux besoins performance.

**Unité découverte**

Filière : Sciences de gestion

Spécialité : Management stratégique

Semestre : 02

Répartition du volume horaire global de l'UE et de ses matières	Cours : 22 TD : TP: Travail personnel : 30
Crédits et coefficients affectés à l'UE et à ses matières	<b>UED1</b> : crédits 02  Matière : Théorie de la firme Crédits : 02 Coefficient : 01
Mode d'évaluation (continu ou examen)	Examen
Description des matières	<b>Matière : Théorie de la firme</b> <b>Objectifs de l'enseignement</b> -Définir les différents aspects liés aux théories économiques et non économiques de l'entreprise. -Analyser comment les modèles théoriques peuvent nous aider à interpréter une réalité managériale. -intégrer les dimensions relatives aux conflits, à la coalition d'intérêts et à la sélection par l'environnement afin de mieux saisir le fonctionnement des entreprises.

**Unité transversale****Filière : Sciences de gestion****Spécialité : Management es entreprises****Semestre : 01**

Répartition du volume horaire global de l'UE et de ses matières	Cours : 22 TD : TP: Travail personnel : 30
Crédits et coefficients affectés à l'UE et à ses matières	<b>UET1 :</b> crédits 01 Matière 1 : Langue étrangère Crédits : 01 Coefficient : 01
Mode d'évaluation (continu ou examen)	Examen
Description des matières	Matière langue étrangère Objectif de l'enseignement Au terme de la formation l'étudiant doit être capable de s'exprimer et de rédiger des articles en langue étrangère notamment en, anglais

**Unité fondamentale**

Filière : Sciences de gestion

Spécialité : Management stratégique

Semestre : 03

Répartition du volume horaire global de l'UE et de ses matières	Cours : 67 TD : 67 TP: Travail personnel : 270
Crédits et coefficients affectés à l'UE et à ses matières	<b>UEF2 :</b> crédits 18 Matière 1 : Stratégies et structures organisationnelles Crédits : 06 Coefficient : 02  Matière 2 : Management du changement stratégique Crédits : 06 Coefficient : 02  Matière 3 : Les stratégies de croissance et d'internationalisation Crédits : 06 Coefficient : 02
Mode d'évaluation (continu ou examen)	Continu et examen
Description des matières	<b>Matière 1 : Stratégies et structures organisationnelles</b> <b>Objectif de l'enseignement</b> Il s'agit de maîtriser les relations existantes entre les structures organisationnelles et la stratégie des entreprises. Ceci permet à l'étudiant d'identifier les structures adaptées en fonction des stratégies des entreprises. <b>Matière 2 : Management du changement stratégique</b> <b>Objectif de l'enseignement</b> Il s'agit de comprendre quels sont les facteurs à l'origine du changement stratégique et comment mettre ce dernier en place et le gérer. <b>Matière 3 : Les stratégies de croissance et d'internationalisation</b> <b>Objectifs de l'enseignement</b> Cet enseignement permet à l'étudiant de comprendre comment les entreprises se développent à l'international et quelles sont les stratégies que peuvent mettre en place ces dernières pour augmenter leur portefeuille d'activité.

**Unité méthodologie**

Filière : Sciences de gestion

Spécialité : Management stratégique

Semestre : 03

Répartition du volume horaire global de l'UE et de ses matières	Cours : 45 TD : 22 TP: Travail personnel : 90
Crédits et coefficients affectés à l'UE et à ses matières	<b>UEM1 :</b> crédits 09 Matière 1 : Marketing stratégique Crédits : 05 Coefficient : 02  Matière 2 : Communication et rédaction administrative Crédits : 04 Coefficient : 02
Mode d'évaluation (continu ou examen)	Matière 1 : Marketing stratégique Examen et continu
Description des matières	<b>Matière 1 : Marketing stratégique</b> <b>Objectifs de l'enseignement</b> Cette matière permet à l'étudiant de <ul style="list-style-type: none"><li>• S'approprier toutes les étapes de la démarche marketing.</li><li>• Acquérir les outils marketing incontournables.</li><li>• Comprendre l'utilité du plan marketing et faire des recommandations</li></ul> <b>Matière 2 : Communication et rédaction administrative</b> <b>Objectifs de l'enseignement :</b> La rédaction administrative constitue une voie privilégiée pour améliorer les rapports entre l'administration et les usagers ou avec d'autres administrations. Or, manier la rédaction administrative ne va pas de soi car il faut suivre un bon nombre de règles, tant juridiques que réglementaires, administratives et bien sûr linguistiques, d'où l'importance de cette matière. Celle-ci permettra à l'étudiant, qui sera en situation de prise de poste, de : <ul style="list-style-type: none"><li>- Découvrir les différents écrits administratifs,</li></ul> Connaître et maîtriser les règles relatives à la rédaction en style administratif

**Unité découverte**

Filière : Sciences de gestion

Spécialité : Management stratégique

Semestre : 03

Répartition du volume horaire global de l'UE et de ses matières	Cours : 22 TD : TP: Travail personnel : 30
Crédits et coefficients affectés à l'UE et à ses matières	<b>UED1</b> : crédits 02  Matière : Firme et gouvernance des entreprises Crédits : 02 Coefficient : 01
Mode d'évaluation (continu ou examen)	Examen
Description des matières	<b>Matière : Firme et gouvernance des entreprises</b>  <b>Objectifs de l'enseignement</b>  Le cours a pour objet d'initier les étudiants aux pratiques du gouvernement d'entreprise. Après une présentation du concept de gouvernement d'entreprise et une approche comparatiste, le cours s'intéresse aux comportements attendus des dirigeants d'entreprise et des actionnaires qui sont les acteurs principaux du gouvernement d'entreprise

**Unité transversale**

Filière : Sciences de gestion

Spécialité : Management es entreprises

Semestre : 01

Répartition du volume horaire global de l'UE et de ses matières	Cours : 22 TD : TP: Travail personnel : 30
Crédits et coefficients affectés à l'UE et à ses matières	<b>UET1 :</b> crédits 01 Matière 1 : Langue étrangère Crédits : 01 Coefficient : 01
Mode d'évaluation (continu ou examen)	Examen
Description des matières	Matière langue étrangère Objectif de l'enseignement Au terme de la formation l'étudiant doit être capable de s'exprimer et de rédiger des articles en langue étrangère notamment en, anglais

## **IV - Programme détaillé par matière**

## **Intitulé du Master : Management stratégique**

**Semestre : I**

**Intitulé de l'UE : Unité fondamentale**

**Intitulé de la matière : Les écoles de la pensée stratégique**

**Crédits : 6**

**Coefficients : 2**

### **Objectifs de l'enseignement :**

Cette matière consiste en la familiarisation de l'étudiant avec les fondements théorique relatif aux écoles de la pensée stratégique et ce pour maîtriser les fondements de la réflexion stratégique.

### **Connaissances préalables recommandées**

L'apprentissage de la matière nécessite des connaissances préalables en management de l'entreprise. En Effet, il est indispensable pour les étudiants d'avoir des pré-requis concernant les Les grands courants théoriques.

#### **Contenu de la matière:**

- 1 Les grandes approches stratégiques
  - 1.1 L'approche de l'adaptation stratégique
  - 1.2 L'approche de l'intention stratégique :
- 2 Les écoles de la pensée stratégique
  - 2.1 L'école de la conception, la créativité ou école du projet :
  - 2.2 L'école de la planification
  - 2.3 L'école du positionnement
  - 2.4 écoles cognitive et de l'apprentissage
  - 2.5 L'école entrepreneuriale
  - 2.6 écoles du pouvoir et culturelle

#### **Références: (livres et publications, sites Internet, etc.) (4 références de base en moyenne)**

AF DESREUMAUX A., « Introduction à la gestion », Armand colin, 1992.

MARCHESNAY M., Management stratégique, Eyrolles, 1993.

MARCHESNAY M., Management stratégique, Les Editions de l'ADREG, 2004

MINTZBERG H. Structure et dynamique des organisations, Editions d'Organisation, 200

PONSARD J. P. Stratégie d'entreprise et économie industrielle, McGraw-Hill, 1988

STRATEGOR, Politique Générale de l'Entreprise, Dunod, Paris, 1997

Darmon E. Stratégie des entreprises, Faculté des Sciences Economiques, Université de Rennes I

WEIL T. Stratégie d'entreprise, École des mines de Paris, 2008

**Mode d'évaluation :** *Contrôle continu, examen, etc... (La pondération est laissée à l'appréciation de l'équipe de formation)*

<b>Nature</b>	<b>Contrôle continu</b>	<b>Examen</b>	<b>Epreuve rattrapage</b>
<b>Cours</b>		<b>X</b>	<b>X</b>
<b>Travaux dirigés</b>	<b>X</b>		

## **Intitulé du Master : Management stratégique**

**Semestre : /**

**Intitulé de l'UE : Unité fondamentale**

**Intitulé de la matière : Système d'information et veille stratégique**

**Crédits : 6**

**Coefficients : 2**

### **Objectifs de l'enseignement**

Il permet à l'étudiant d'acquérir les moyens et outils de collecte et d'analyse des informations de l'environnement pour l'aide à la décision, il permet aussi de distinguer les différentes formes de veille et de les adapter au contexte de l'entreprise

### **Connaissances préalables recommandées.**

L'étudiant doit avoir des connaissances sur l'information et ses typologies, sur les systèmes d'informations et leur rôle dans le processus de veille. Distinguer l'information de vulgarisation de l'information à valeur ajoutée.

### **Contenu de la matière**

1. présentation du système d'information-
2. L'importance des systèmes d'information au sein de l'organisation de l'entreprise- typologie des systèmes d'information-
3. Qu'est-ce que la veille-
4. Les acteurs du processus de veille
5. Des outils de modélisation de la veille
6. les types de veille
7. la mise en place de la veille dans l'organisation-
8. Le rôle du système d'information et de veille dans la prise de décisions

### **Bibliographie**

K.Laudon & J.Laudon : *Management des systèmes d'information* Editeur : Pearson Education , 9<sup>ème</sup> édition.

Robert Reix : *Systèmes d'information et Management des organisations* . Editions. Vuibert , Paris - *CNES Algerie (2004) Les exigences de mutation du système d'information économique et sociale" Contribution au débat national".CNES (2004) .disponible sur <http://www.cnes.dz/cnes/document.htm>*

10- Jakobiak,F. (2004) : *L'intelligence économique: la comprendre, l'implanter, l'utiliser*, Les Editions d'Organisation, Paris,

### **Mode d'évaluation :**

<b>Nature</b>	<b>Contrôle continu</b>	<b>Examen</b>	<b>Epreuve rattrapage</b>
<b>Cours</b>		<b>X</b>	<b>X</b>
<b>Travaux dirigés</b>	<b>X</b>		
<b>% de la note</b>	<b>50%</b>	<b>50%</b>	<b>100%</b>

# **Intitulé du Master : Management stratégique**

**Semestre : /**

**Intitulé de l'UE : unité fondamentale**

**Intitulé de la matière : Management de projet**

**Crédits : 6**

**Coefficients : 2**

## **-Objectifs de l'enseignement :**

La notion de projet, loin qu'elle revête un caractère moderne ou inédit, est considérée comme l'aboutissement ultime de l'évolution des structures organisationnelles impulsé par l'environnement socio-économique en métamorphose poussée. Pour accompagner et renforcer cette configuration organisationnelle, les managers, et par extension les étudiants suivant ce présent module, seraient en mesure de:

- Maitriser les fondamentaux du management de projet,
- Cerner les compétences secrétant le management de projet,
- Instrumenter le management de projet,
- Mesurer les défis actuels du management de projet.

## **-Connaissances préalables recommandées :**

Pour permettre aux étudiants de suivre et par voie de conséquence, comprendre le sens du présent module, il est important que certains concepts opératoires soient rappelés et actualisés, notamment les modules: économie d'entreprise, introduction au management, management et gestion des entreprises, management stratégique et contrôle de gestion.

## **-Contenu de la matière**

### **Chapitre1: les fondamentaux et les caractéristiques d'un projet**

- Définition(s) d'un projet
- Distinction entre une activité projet et une activité opération
- Les singularités d'un projet

### **Chapitre 2: la conduite de projet**

- planification de projet
- L'administration d'un projet
- le coaching d'un projet, le suivis ( gestion du projet)
- L'évaluation du projet

### **Chapitre 3: les nouvelles exigences**

- Les nouvelles compétences des managers de projet
- La maîtrise des coûts, des délais et des risques
- Les instrumentations de management de projet

## **-Mode d'évaluation :**

Evaluation continue/ Examen de cours.

## **-Références bibliographiques:**

- CORBEL Jean Claude (2012), management de projet: fondamentaux, méthodes et outils, Edition d'Organisation.
- GIARD Vincent(1991), gestion de projet, Edition Economica, 174 p.
- MULLER Jean Louis (2009), management de projet, Edition AFNOR, 123 p.
- MULLER Jean Louis (2011), manager un projet au quotidien, Edition ESF, 206 p.

- **Intitulé du Master : Management stratégique**
- **Semestre : I**
- **Intitulé de l'UE : Unité Méthodologique**
- **Intitulé de la matière : Méthodologie de recherche**
- **Crédits : 4**
- **Coefficients : 2**

## **Objectif de l'enseignement**

La méthodologie, combinée à l'épistémologie et à la théorie, est une dimension centrale de toute recherche scientifique. Cette dimension, qui interpelle tant les paramètres qualitatifs que quantitatifs de la recherche, vise à :

- Donner un caractère scientifique à la recherche en rompant avec les fausses croyances du chercheur,
- Comprendre et expliquer la place du chercheur dans une situation sociale complexe,
- Découvrir la complexité de l'observation empirique d'une réalité sociale,
- Gérer et articuler les différentes étapes de la recherche scientifique.

### **-Connaissances préalables recommandées :**

Quoique le présent module, qui s'inscrit dans une perspective recherche, soit doté d'une configuration programmatique que les étudiants ignorent, il n'en demeure pas moins que certains concepts de base et opératoires sont à réactualiser.

### **Contenu de la matière**

#### **Chapitre 1: la construction de l'objet de recherche et actions du chercheur**

- Accès aux situations sociales: observation et distanciation du chercheur
- Délimitation du champ spatio-temporel de la recherche
- Choix du cadre théorique, fixation des objectifs de recherche et élaboration des hypothèses de recherche
- Différents types de la recherche: recherche-intervention, recherche exploratoire, recherche descriptive, etc.

#### **Chapitre 2: l'approche qualitative de la recherche**

- les techniques de collecte des données: l'entretien de recherche ( directif, semi-directif et non directif), l'étude de cas, l'observation participante, intervention socio-ethnographique,
- les techniques de traitement des données qualitatives: analyse de contenu.

#### **Chapitre 3: l'approche quantitative de la recherche**

- les techniques de collecte des données: le questionnaire, l'échantillonnage et l'enquête sur le terrain
- les techniques de traitement des données: fichiers de données, relations entre variables, les indices et la covariance, etc.

#### **Chapitre 4: la restitution et l'interprétation des résultats de la recherche**

- Retour aux hypothèses,
- Retour au cadre théorique,
- Regard critique sur la méthode,
- Formalisation des résultats.

**-Mode d'évaluation :** Examen de cours 100%.

#### **-Références bibliographiques:**

- ALBARELLO Luc (2007), apprendre à chercher, Edition De boeck.
- PAILLE Pierre ( sous la dir) (2005), la méthodologie qualitative, Edition Armand Colin.
- ROUSSEL Patrice et WACHEUX Frédéric (sous la dir) (2005), Management des ressources humaines: méthodes de recherche en sciences humaines et sociales.

## **Intitulé du Master : Management stratégique**

**Semestre : I**

**Intitulé de l'UE : Unité Méthodologique**

**Intitulé de la matière : Finance d'entreprise**

**Crédits : 4**

**Coefficients : 2**

### **Objectifs de l'enseignement :**

La finance d'entreprise est le champ de la finance relatif aux décisions financières des entreprises. Son objet essentiel est l'analyse et l'accroissement de la valeur de marché des sociétés (c'est-à-dire l'amélioration des profits monétaires futurs) sous la contrainte de la limitation des risques courus. Au terme de cet enseignement l'étudiant sera en mesure :

- d'évaluer la pertinence des décisions d'investissement ;
- d'optimiser la structure du bilan des sociétés ;
- de rétribuer les apporteurs de capitaux ;
- d'améliorer les conditions de financement.

✓ **Connaissances préalables recommandées :**

L'étudiant ayant déjà suivi le module de gestion financière en Semestre II de la deuxième année de Licence et acquis des connaissances élémentaires en gestion financière telles que : arbitrage rentabilité /liquidité, choix des investissements et moyens de financement de l'entreprise.

✓ **Contenu de la matière : Méthodologie**

Cet enseignement prévu en 42 à 48 H, est subdivisé en deux (02) parties :

#### **Partie I : Théorie de la Finance d'entreprise**

1. De la comptabilité à l'analyse financière
2. Les outils de la gestion financière prévisionnelle
3. Eléments de théorie et politique financière

#### **Partie 2 : Pratique de la Finance**

1. Lecture et analyse du bilan
2. Diagnostic financier
3. Utilisation stratégique des ratios

✓ **Mode d'évaluation :**

- Evaluation continue/ Examen de cours.

✓ **Références bibliographiques :**

1. Gérard CHARREAU : Finance d'entreprise, Ed. EMS, 2003.
2. Hervé HAUTIN : Toute la Finance d'entreprise en pratique, Ed. d'organisation, 2002.
3. Jonathan BERK : Finance d'entreprise, Ed. Paris Pearson-Education, 2008.
4. Damodran ASWATH : Finance d'entreprise ; théorie et pratique, Paris Deboek-2006.

**Intitulé du Master : Management stratégique**

**Semestre : I**

**Intitulé de l'UE : Unité Découverte**

**Intitulé de la matière : Droit des affaires**

**Crédits : 2**

**Coefficients : 1**

### **Objectifs de l'enseignement.**

Cette matière permettra à l'étudiant d'approfondir ses connaissances relatives aux notions juridiques applicables aux affaires en Algérie et comprendre les implications légales des activités dans ce domaine, notamment, les questions liées à l'exercice de l'activité commerciale.

### **CONNAISSANCES PREALABLES RECOMMANDEES :**

Ce module nécessite des acquis en termes de notion de droit en général, ainsi que les notions fondamentales en droit commercial.

### **Contenu de la matière**

#### **I. Introduction au droit des affaires**

1. Evolution du droit des affaires algérien
2. Les sources du droit des affaires
3. Le droit objectif et le droit subjectif

#### **II. La notion juridique d'entreprise**

1. Entreprise et personnalité morale
2. L'entreprise commerciale
3. L'entreprise individuelle
4. Entreprise sociétaire

#### **III. L'entreprise et l'activité commerciale**

1. Le droit de la propriété
2. Le droit de la concurrence
3. Le droit pénal des affaires

### **MODE D'EVALUATION : Examen de cours**

### **REFERENCES :**

- BOCQUILLON, Jean-François, Introduction au droit de l'entreprise & économie, Dunod, Paris 2007.
- BRUGUIERE, Jean-Michel, Droit des propriétés intellectuelles, éd. Ellipses, Paris 2005.
- CORBEL Pascal, Management stratégique des droits de la propriété intellectuelle, Paris : Gualino, 2007 , LACHEB, Mahfoud, Droit des affaires, Alger, OPU, 2005
- MEDJAHED Mohamed Tayeb Le droit de l'OMC & perspectives d'harmonisation du système Algérien de défense commerciale, Alger : Houma, 2008.

- **Intitulé du Master : Management stratégique**
- **Semestre : II**
- **Intitulé de l'UE : Unité Fondamentale**
- **Intitulé de la matière : création de valeur et modèles d'affaire**
- **Crédits : 6**
- **Coefficients : 2**

## **Objectifs de l'enseignement**

Permet à l'étudiant de comprendre comment créer de la valeur et passer de la valeur réelle à la valeur perçue par le consommateur à partir de l'intégration d'avantages concurrentiels

## **Connaissances préalables recommandées.**

Cette matière exige des connaissances en matière de valeur réelle d'un produit calcul de coûts et surtout maîtriser le concept de l'analyse de la valeur.

## **Contenu de la matière**

### 1 -Valeur et création de valeur

- Le concept de valeur
- Valeur pour le consommateur (valeur aux yeux du consommateur)
- la valeur des ressources consommées (coût) - valeur d'échange: le prix réel de vente
- surplus du consommateur et la marge bénéficiaire du produit
- le concept de création de valeur
- L'augmentation de la valeur pour le consommateur
- Augmentation de la valeur des innovations dans l'utilisation des ressources et de l'organisation

(améliorer la productivité et réduire les coûts unitaires)

- la relation entre la création de valeur et l'avantage concurrentiel

### 2. La transition de la valeur aux modèles d'affaires

- La proposition de valeur: "fondation" pour afficher un potentiel
- la création d'une pointe forte des consommateurs soucieux de leur valeur - leur intégration réussie au sein de la chaîne de valeur - éviter les astuces et de développer le spectacle avec une valeur effective.

### 3. Business Model: spectacle de variétés avec des capacités latentes

- Après le revenu typique d'un modèle d'affaires - la dimension structurelle des coûts du modèle d'affaires
- un modèle d'entreprise: l'harmonisation des revenus et des coûts

## **Références bibliographiques:**

G.Johnson, K. Shcoles et F. Fréry, Stratégique, Pearson Education France, 2e édition, 2002.

Strategor (collectif), Strategor, 4e édition, Dunod 2005.

Adler E., J. Lauriol, «La segmentation, Fondement de l'analyse stratégique», Harvard l'Expansion, Printemps 1986, pp. 99-112.

Porter M.E., L'Avantage concurrentiel: comment devancer SES competitors et MAINTENIR fils avance, Inter Éditions 1986

## **Mode d'évaluation : Evaluation continue plus examen de cours**

- **Intitulé du Master : Management stratégique**
- **Semestre : II**
- **Intitulé de l'UE : Unité Fondamentale**
- **Intitulé de la matière : Processus de prise de décisions stratégiques**
- **Crédits : 6**
- **Coefficients : 2**

### **Objectif de l'enseignement :**

Cette matière permet à l'étudiant de se familiariser avec des concepts relatifs au processus de prise de décision et d'adapter ce dernier au contexte de l'entreprise et de l'environnement dans lequel elle se trouve.

### **Connaissances préalables recommandées.**

L'étudiant doit avoir des connaissances sur les modèles de prise de décision, les typologies de décision et comment elle se répercute sur la stratégie de l'entreprise, tel que le modèle simonien, le modèle de Harvard, etc.

### **Contenu de la matière**

1. Le modèle de l'acteur isolé
2. Le modèle organisationnel
3. Le modèle rationnel, Ltd.
4. Le modèle politique
5. Modèle anarchique

Stratégie et le processus de contrôle

Politique de réglementation

1. Modèle politique
2. Modèle AC (M. Ghertman)
6. Progression logique
7. Progression des connaissances.
8. Les outils d'aide à la décision

- Les outils traditionnels (arbre de décision, une partie du réseau, Gant, théorie des jeux, de réflexion ...)

-les outils Informatiques ((Systèmes experts et S.I.A.D

### **Bibliographie**

Strategor (collectif), *Strategor*, 4e édition, Dunod, 2005.

Oki (1991), *décision support système*, Okinawa international centre (1991) 4.

Mai (1991), *la décision, Pierre le maître*, Edition Hermès 1991

H.A.Simon, « le nouveau management : la décision par les ordinateurs », *Economica*.1980 24.

H.A.Simon. « Administration et processus de décision », *Economica* 1983

**Mode d'évaluation :** évaluation continue plus examen de cours.

- **Intitulé du Master : Management stratégique**
- **Semestre : II**
- **Intitulé de l'UE : Unité Fondamentale**
- **Intitulé de la matière : Les outils d'analyse stratégique**
- **Crédits : 6**
- **Coefficients : 2**

### **Objectif de l'enseignement :**

Cet enseignement permet à l'étudiant de maîtriser les outils d'analyse stratégique pour établir des plans stratégiques pour l'entreprise évaluer le portefeuille d'activité d'une entreprise définir sa position concurrentielle.

### **Connaissances préalables recommandées :**

Cette matière exige des connaissances en management stratégiques et en concepts de la concurrence et de domaines d'activité stratégique.

### **Contenu de la matière. :**

#### I. Diagnostic interne

##### 1. Diagnostic et capacités des ressources de l'organisation

###### 1.1. Interprétation de l'analyse du point de vue des ressources (RBV) pour le succès

###### 1.2 Les fondements de l'analyse stratégique des ressources et des compétences

###### 1.3 Ressources et capacités nominales

##### 2. Les ressources et les capacités et l'avantage concurrentiel

##### 3. évaluation des ressources par le modèles des compétences

###### 3.1 L'évolution de la performance de l'organisation

###### 3.2 évaluer la capacité fonctionnelle de

###### 3,3 La chaîne de valeur

###### 3.4 Position concurrentielle dans le secteur de l'activité

###### 3.5 Le Benchmarking

##### 4. Diagnostic en utilisant le modèle (SWOT) / (LCAG)

#### II- Analyse de l'environnement externe

##### 1.1 Le concept de l'environnement externe

###### 2.1 Echantillon représentatif de l'organisation dans son environnement

##### 2. Caractéristiques de l'environnement extérieur et son évolution

###### 2. Les effets de l'environnement sur l'organisation

###### 1. L'environnement économique, social, culturel, démographique (population),,, technologique,

###### 2. Tendances structurelles public

###### 3. scénarios de planification

###### 4. Modèle de "porter"

##### 3. L'analyse de l'environnement externe

### **Références bibliographiques**

G.Johnson, K. Shcoles et F. fréry, Management Stratégique, Pearson Education France, 2<sup>e</sup> édition, 2002

Strategor (collectif), *Strategor*, 4e édition, Dunod, 2005. Chapitre 3 pp. 129-193

Porter M.E., *Choix stratégiques et concurrence : techniques d'analyse des secteurs et de la concurrence dans l'industrie*, Economica, 1982.

Porter M.E., *L'Avantage concurrentiel : comment devancer ses concurrents et maintenir son avance*, InterÉditions, 1986

Raymond A. Thiétar, *La stratégie d'entreprise*, Mc Graw Hill, Paris, 1986.

Jean-Luc Arrègle: *Analyse Resource Based et identification des actifs stratégiques*. Revue Française de Gestion, Mars-Avril 1996.

Stalk, P. Evans, L.E. Shulman : *Competing on Capabilities : The New Rules of Corporate Strategy*. Harvard Business Review, Mars-Avril, 1992.

#### Mode d'évaluation

<b>Nature</b>	<b>Contrôle continu</b>	<b>Examen</b>	<b>Epreuve rattrapage</b>
<b>Cours</b>		<b>X</b>	<b>X</b>
<b>Travaux dirigés</b>	<b>X</b>		
<b>% de la note</b>	<b>50%</b>	<b>50%</b>	<b>100%</b>

- **Intitulé du Master : Management stratégique**
- **Semestre : II**
- **Intitulé de l'UE : Méthodologique**
- **Intitulé de la matière : Entreprenariat**
- **Crédits : 4**
- **Coefficients : 2**

### **Objectif de l'enseignement :**

Ce cours traite du processus entrepreneurial. L'étudiant découvre de quelle façon les entrepreneurs prospères reconnaissent les occasions d'affaires, trouvent des idées et organisent leurs ressources afin de lancer des projets ou des entreprises qui, tout en répondant à des besoins du marché, leur apportent de grandes satisfactions personnelles. L'élève examine ainsi les valeurs, les qualités et les habiletés qui sont à la base des activités entrepreneuriales

### **Compétences et connaissance requises :**

L'étudiant doit avoir des notions sur les opportunités d'affaires, le marketing, la ressource humaine, le management de la production et l'organisation de toutes les ressources de l'entreprise.

### **Contenu de la matière :**

1. Présentation de l'esprit entrepreneurial
2. Identification des opportunités d'affaires
  - A- Les innovations
  - B- Les tendances économiques et sociales
  - C- Etudes de marché et simulation d'étude
3. L'organisation des ressources
  - A- Le cadre réglementaire  
Ressources humaines et matériels
  - B- Plan de production
  - C- Plan marketing d'un nouveau produit
  - D- Plan financier
4. Elaboration du plan d'affaire
  - A- Rôle du plan d'affaire
  - B- Analyse d'un plan d'affaire
  - C- Evaluation et révision d'un plan d'affaire

### **Références bibliographiques**

BODELL, Richard W., Garry RABBIOR et Larry W. SMITH, *Entrepreneuriat - L'esprit d'aventure*, Montréal, Les Éditions de la Chenelière, 1994

BODELL, Richard W., Garry RABBIOR et Larry W. SMITH, *Entrepreneuriat - L'esprit d'aventure (Guide de l'enseignant)*, Montréal, Les Éditions de la Chenelière, 1994

BRUNET, Lucie, *S'organiser... pour brasser les affaires - Guide pour démarrer une entreprise seule ou avec d'autres*, Sudbury, Fédération des femmes canadiennes-françaises de l'Ontario, 1998.

GASSE, Yvon, *et al., PME - Posséder mon entreprise*, Vanier, Centre franco-ontarien de ressources pédagogiques, 1998

GASSE, Yvon, *et al., PME - Posséder mon entreprise, (Guide de l'étudiant et guide pour*

### **Mode d'évaluation : Contrôle continu plus examen**

- **Intitulé du Master : Management stratégique**
- **Semestre : II**
- **Intitulé de l'UE : Méthodologique**
- **Intitulé de la matière : Contrôle de gestion et management de la performance**
- **Crédits : 5**
- **Coefficients : 2**

**Objectifs de l'enseignement :**

Ce cours permettra à l'étudiant d'approfondir ses connaissances théoriques et conceptuelles en matière de contrôle de gestion, ainsi, les exigences liées au management et au pilotage de performances. La compréhension des variables contextuelles modifiant la problématique du contrôle de gestion stratégique et les différents outils développés comme repense aux besoins performance.

**Connaissances préalables recommandées :**

Ce module nécessite des acquis en termes de notion de contrôle de gestion sur le volet théorique et pratique, ainsi que les notions fondamentales en management des entreprises.

**Contenu de la matière :**

**Partie 1 : introduction au contrôle de gestion**

1. approche historique et conceptuelle
2. les outils de contrôle de gestion
3. les enjeux stratégiques et organisationnels du contrôle de gestion

**Partie 2 : Les indicateurs et systèmes de mesures de la performance**

1. notions de base
2. les indicateurs financiers et non financiers
3. les indicateurs internes et externes

**Parties 3 : Le contrôle de gestion stratégique et problématique émergente**

1. le tableau de bord stratégique
2. calcul des couts et gestion par activités (ABC /ABM /ABCM)

**MODE D'EVALUATION :**

Nature	Contrôle continu	Examen	Epreuve rattrapage
Cours		X	x
Travaux dirigés	X		
% de la note	50%	50%	100%

**References bibliographiques :**

- Bescos.P ; Delber. Ph ; Mendoza.C ; (1999); Contrôle de gestion et management; Ed.Montchrestien EJA ; 4<sup>ème</sup> éd ;
- Bouquin.H ; (1994) ; Les fondements du contrôle de gestion, que sais-je N°2892 ; Ed.PUF ;
- Dupuy. Y ; (1999) Faire de la recherche en contrôle de gestion ; Ed.Vuibert ;
- Kaplan.R et Norton.D ; (1998) ; le tableau de bord prospectif, pilotage stratégique : les 4 axes de succès ; les éditions d'Organisation ;
- Kaplan.R et Norton.D ; (2007) ; L'alignement stratégique : créer des synergies par le tableau de bord pprospectif ;Ed.Eyrolles ;
- Lorino.Ph ; (1991) ; Le contrôle de gestion stratégique ; Ed. Dunod ; Paris.

## **Intitulé du Master : Management stratégique**

**Semestre : //**

**Intitulé de l'UE : Unité Méthodologique**

**Intitulé de la matière : Théories de la firme**

**Crédits : 2**

**Coefficients : 1**

### **Objectifs de l'enseignement :**

- Définir les différents aspects liés aux théories économiques et non économiques de l'entreprise.
- Analyser comment les modèles théoriques peuvent nous aider à interpréter une réalité managériale.
- intégrer les dimensions relatives aux conflits, à la coalition d'intérêts et à la sélection par l'environnement afin de mieux saisir le fonctionnement des entreprises.

### **Connaissances préalables recommandées :**

Cette matière nécessite des acquis en termes de notions d'économie d'entreprise et de culture économique globalement.

### **Contenu de la matière :**

**Chapitre1 : l'analyse de la firme par la théorie des droits de propriété et de la théorie de l'agence**

**Chapitre 2 : l'analyse de la firme par la théorie des coûts de transactions**

**Chapitre3 :l'analyse de la firme par la théorie évolutionniste et la théorie des compétences.**

Section1 :l'approche évolutionniste de la firme.

Section2 :l'approche par les ressources et les compétences.

### **Références .**

-Gomez pierre Yves. Le gouvernement de l'entreprise Éd inter édition 1996.

-KOENIG GERARD.de nouvelles théories pour gérer l'entreprise au 21 eme siècle Ed Economica 1999.

- WILLIAMSON Oliver.les institutions de l'économie. ED inter édition 1994. .

### **Mode d'évaluation**

**Evaluation continue plus examen de cours**

- **Intitulé du Master : Management stratégique**
- **Semestre : III**
- **Intitulé de l'UE : Unité fondamentale**
- **Intitulé de la matière : Stratégie et structures organisationnelles**
- **Crédits : 6**
- **Coefficients : 2**

### **Objectif de l'enseignement**

Il s'agit de maîtriser les relations existantes entre les structures organisationnelles et la stratégie des entreprises. Ceci permet à l'étudiant d'identifier les structures adaptées en fonction des stratégies des entreprises.

### **Connaissances préalables recommandées :**

L'étudiant doit avoir des connaissances sur les formes organisationnelles et les facteurs déterminants de ces dernières dont fait partie la stratégie et donc maîtriser les concepts liés à l'organisation et à la stratégie d'entreprise

### **Contenu de la matière**

#### Introduction

- 1.1 Concept de structure organisationnelle
- 1.2 Structure organisationnelle et ses déterminants par la théorie des attitudes
- 1.3 approche Alfred Chandler historique: la structure organisationnelle suit la stratégie
- 1.4 Approche formelle (Configuration): stratégie et structure organisationnelle
2. Dimensions de la forme structurelle
  - 2.1 Structures organisationnelles
  - 2.2 Processus organisationnel (processus)
  - 2.2 Interactions et limites de l'organisation
  - 2.3 Importance des éléments structuraux et la stratégie de l'organisation
  - 2.4 Facteurs influençant le choix de la structure organisationnelle
3. types de structures organisationnelles
4. Les mécanismes de coordinations
5. Surveillance et le contrôle par les valeurs et les normes unificatrices de conduite (culture organisationnelle)
6. interactions internes et les limites de l'organisation
7. formes structurelles typiques (Henry Mintzberg)

### **Références bibliographiques**

- Mintzberg H., Structure et dynamique des organisations, Éditions d'Organisation, 1982.
- Mintzberg H., Le management, voyage au centre des organisations, Éditions d'Organisation, 1990
- Ettighoffer D., L'entreprise virtuelle ou les nouveaux modes de travail, 2e édition, Odile Jacob, 2000.
- Josserand E., « Le pilotage des réseaux. Fondements des capacités dynamiques de l'entreprise », Revue Française de Gestion, vol. 33/175 (2006), pp. 95-102.

### **Mode d'évaluation : Evaluation continue plus examen de cours**

- **Intitulé du Master : Management stratégique**
- **Semestre : III**
- **Intitulé de l'UE : Unité fondamentale**
- **Intitulé de la matière : Management du changement stratégique**
- **Crédits : 6**
- **Coefficients : 2**

### **Objectif de l'enseignement**

Il s'agit de comprendre quels sont les facteurs à l'origine du changement stratégique et comment mettre ce dernier en place et le gérer.

#### **Connaissances préalables recommandées :**

L'étudiant doit avoir des prés-requis en matière de stratégie et du changement organisationnelle en générale et du changement stratégique en particulier.

### **Contenu de la matière**

- 1 Fondements théorique du changement stratégique
  - 1 les raisons du changement stratégique
  - 2 Définition du changement organisationnel et du changement stratégique
  - 3 Types de changement stratégique
- 2 changements stratégiques et lien contextuel
  - 1 modèles et sources de la résistance au changement stratégique
  - 2 raisons individuelles (psychologiques)
  - 3 cultures organisationnelles: les valeurs dominantes
3. diagnostic de la situation actuelle de l'Organisation
  1. l'importance du contexte spécifique de l'organisation
  2. éléments de contexte culturel
  3. analyse sur le terrain cas de (Kurt Lewin)
4. conduite du changement: Stratégique
  - 1,4 minimisation des stratégies de résistance
  - 2.4 Rôles des acteurs du changement dans la conduite du processus de changement: stratégique
5. Les atouts du changement stratégique
  - 1.5 Structures organisationnelles et les systèmes de contrôle
  - 2.5 Routines quotidiennes les normes réglementaires
  - 3.5 Processus et système de normalisation

#### **Références bibliographiques :**

- G. Johnson, K. Shcoles et F. fréry, *Stratégie*, Pearson Education France, 2<sup>e</sup> édition, 2002  
 Chapitre 11  
 Balogun J., Hope Hailey V., Viardoté, *Stratégies du changement*, 2e édition, Pearson éducation, 2005.  
 Raimbault M., Saussois J.-M., *Organiser le changement*, Éditions d'Organisation, 1983.  
 Guy Jacob: *Le reengineering : l'entreprise reconfigurée*. Editions Hermes, Paris, 1994

### **Mode d'évaluation : Evaluation continue plus examen de cours**

- **Intitulé du Master : Management stratégique**
- **Semestre : III**
- **Intitulé de l'UE : Unité fondamentale**
- **Intitulé de la matière : Les stratégies de croissance et d'internationalisation**
- **Crédits : 6**
- **Coefficients : 2**

#### **Objectif de l'enseignement :**

Cet enseignement permet à l'étudiant de comprendre comment les entreprises se développent à l'international et quelles sont les stratégies que peuvent mettre en place ces dernières pour augmenter leur portefeuille d'activité.

#### **Connaissances préalables recommandées :**

Les étudiants devraient avoir des connaissances sur les fondements théoriques de l'internationalisation ainsi que les déterminants à la localisation sur les marchés étrangers.

#### **Contenu de la matière :**

- 1. Modèles de croissance (interne et externe)**
- 2. Les facteurs déterminants des stratégies d'internationalisation de l'activité**
- 3. Les caractéristiques de l'échange à l'international et politiques commerciales**
- 4. Les stratégies d'exportation**
- 5. L'investissement direct à l'étranger**
- 6. Les stratégies de coopération**
- 7. Les critères de sélection de stratégies d'internationalisation**

#### **Références bibliographiques**

- Lemaire, J. P., *Stratégies d'internationalisation*, 3<sup>e</sup> édition. Dunod. 2013. Pages : 370  
 Helfer, JP, Kalika, M et Orsoni, J, *Management : stratégie et organisation*, 6<sup>ème</sup> édition, 2002. Pages 416  
 Helfer,JP et Orson, J, *Marketing* ; 8<sup>ème</sup> Edition, 1999

**Mode d'évaluation : 2évaluation continue plus examen de cours**

- **Intitulé du Master : Management stratégique**
- **Semestre : III**
- **Intitulé de l'UE : Unité méthodologique**
- **Intitulé de la matière : Marketing stratégique**
- **Crédits : 5**
- **Coefficients : 2**

## **OBJECTIFS :**

### **Objectifs de l'enseignement :**

- S'approprier toutes les étapes de la démarche marketing.
- Acquérir les outils marketing incontournables.
- Comprendre l'utilité du plan marketing et faire des recommandations.

### **Connaissances préalables recommandées :**

Connaissances dans les domaines du management de l'entreprise, et notamment la compréhension des comportements et des outils d'aides à la prise de décision dans un contexte d'économie de marché.

### **Contenu de la matière**

**01 : Analyse de l'environnement marketing**

**02 : Audit des faits internes**

**03 : Diagnostic de situation marketing**

**04 : Prévisions des ventes**

**05 : Choix stratégiques**

**06 : Le mix-marketing**

**07 : Le plan marketing**

### **References bibliographiques**

- 1- Gérard LEMOINE, Marketing. Cas et applications , Vuibert 2012.
- 2- Jean-Pierre HELFER et Jacques ORSONI, Marketing , Vuibert 2012.
- 3- Denis Lindon, Frédéric Jallat, Le marketing : Études. Moyens d'action. Stratégie, Dunod 2010.

**Mode d'évaluation : Evaluation continue plus examen de cours**

- **Intitulé du Master : Management stratégique**
- **Semestre : III**
- **Intitulé de l'UE : Unité Découverte**
- **Intitulé de la matière : Firmes et gouvernance des entreprises**
- **Crédits : 2**
- **Coefficients : 1**

### **Objectifs de l'enseignement**

Le cours a pour objet d'initier les étudiants aux pratiques du gouvernement d'entreprise. Après une présentation du concept de gouvernement d'entreprise et une approche comparatiste, le cours s'intéresse aux comportements attendus des dirigeants d'entreprise et des actionnaires qui sont les acteurs principaux du gouvernement d'entreprise.

### **Connaissances préalables recommandées :**

Ce cours nécessite des acquis relatifs à l'identification des différentes parties prenantes de l'entreprise, ainsi que les mécanismes de contrôle relatifs à de décisions dans l'entreprise.

### **Contenu de matière :**

#### **I. Le cadre conceptuel de la gouvernance des entreprises**

1. Emergence et évolution de la gouvernance d'entreprise
2. Les dispositifs institutionnels internes de la gouvernance
3. Les dispositifs institutionnels externes de la gouvernance

#### **II. Les différentes approches de la gouvernance des entreprises**

1. L'approche actionnariale
2. L'approche partenariale
3. L'approche comportementale

#### **III .Gouvernance d'entreprise et question émergentes**

1. Gouvernance d'entreprise et stratégie de croissance
2. Gouvernance et développement durable

### **REFERENCES :**

- BANCEL Franck, La gouvernance des entreprises, Economica, Paris 1997.
- CHARREAUX, Gérard, Gouvernance des entreprises : nouvelles perspective, Economica, Paris, 2006.
- CHAVANCE Bernard L'économie institutionnelle, la Découverte, Paris, 2007.

### **Mode d'évaluation : Evaluation continue plus examen de cours**