

## Executive Master Management Commercial

### Biographie



#### Jean-François GAGNE

Jean-François Gagne est professeur de management à l'Institut Supérieur de Gestion et intervenant régulier au DEP de Dauphine. Il est docteur en Gestion de l'Université Paris Dauphine. Il est aussi Professional Associate des deux cabinets de conseil Aldema Partners et Belair Partners, intervenant sur des missions de stratégie et de management.

### Syllabus

Intitulé du module ou cours : **Management Stratégique**

Date(s) des cours : **16 & 17 octobre 2015**

Durée : **1,5 jour**

#### Objectifs visés

##### **Mettre en évidence et détailler les deux niveaux d'analyse stratégique :**

- la stratégie corporate et la stratégie de Business Unit,
- présenter le diagnostic stratégique,
- présenter les liaisons entre la stratégie et les principales variables, notamment l'organisation des entreprises.

Ce cours vise à illustrer et opérationnaliser (outils, grilles de lecture et d'analyse) les différentes dimensions de la décision stratégique et des choix d'organisation.

Il s'agit non seulement de transférer un savoir et des outils sur la stratégie et l'organisation mais aussi de montrer aux participants les incertitudes dans les décisions, les approximations et les conséquences des décisions stratégiques ou organisationnelles.

Le point de vue dominant se rattache au courant 'Strategy as practice' qui s'est largement développé depuis 15 ans en Stratégie où la Stratégie n'est plus considérée comme une analyse et un outillage rigoureux mais comme une pratique managériale avec des forces et des limites.

### **Principaux points abordés**

1. Introduction : historique de la stratégie, le vocabulaire employé, les thématiques actuelles, la place du manager opérationnel dans l'analyse et la décision stratégique.
2. Le diagnostic stratégique au sein d'une Strategic Business Unit (SBU ou Domaine d'Activité Stratégique) : le concept de segmentation stratégique, les 3 niveaux d'analyse externe, les points de l'analyse interne et le croisement interne-externe. Application sur le cas Lucien Barrière Casinos.
3. Les stratégies d'entreprise et les stratégies de Business Unit : les 3 stratégies génériques au niveau de la SBU, l'horloge stratégique, les stratégies d'entreprise (spécialisation – diversification – intégration verticale et internationalisation), le rôle du siège par rapport aux Business Units et les forces et limites des analyses matricielles d'activité (matrice BCG par exemple). Application sur le cas Sanofi.
4. Les critères d'évaluation et d'appréciation des stratégies : les différentes grilles de lecture des choix stratégiques, les critères d'appréciation et de choix entre les options stratégiques, le concept de dérive stratégique, ... Application sur le cas Olympique Lyonnais Groupe.
5. Les structures organisationnelles : pourquoi une organisation ?, les différents modèles structurels d'organisation, les configurations organisationnelles de Mintzberg, le diagnostic de l'organisation. Application sur le cas Genbiotek.

### **Méthodes pédagogiques utilisées**

Les méthodes pédagogiques utilisées dans ce cours sont celles de l'étude de cas, travaillée en sous-groupes par les étudiants, et de l'exemple discuté en cours avec les étudiants.

### **Bibliographie**

Stratégique, 9<sup>ème</sup> édition, Johnson, Whittington, Scholes et Fréry, Pearson  
Manageor, 2<sup>ème</sup> édition, Barabel et Meier, Dunod