

Descriptif de module

Domaine : Economie & Services
Filière : Economie d'entreprise
Orientation :

1. Intitulé de module **Management IV** **2020-2021**

Code : 5014 – A-C

Type de formation :

Bachelor Master MAS DAS CAS Autres :

Niveau :

- Module de base
 Module d'approfondissement
 Module avancé
 Module spécialisé
 Autres :

Caractéristique :

Module obligatoire dont l'échec peut entraîner l'exclusion définitive de la filière selon l'art. 25, du Règlement sur la formation de base (Bachelor et Master) en HES-SO

Type :

- Module principal
 Module lié au module principal
 Module facultatif ou complémentaire
 Autres :

Organisation temporelle :

- Module sur 1 semestre
 Module sur 2 semestres
 Semestre d'automne
 Semestre de printemps
 Autres :

2. Organisation

Crédits ECTS : 5

Langue principale d'enseignement :

- Français Italien
 Allemand Anglais
 Autres :

3. Prérequis

- Avoir validé le module
 Avoir suivi le module
 Pas de prérequis
 Autres :

4. Compétences visées / Objectifs généraux d'apprentissage

Unité d'enseignement : 50141 - Management Stratégique

OBJECTIF GLOBAL DU COURS :

Comme outil d'analyse, la stratégie se propose d'étudier les orientations à long terme des organisations à des fins de connaissance et d'anticipation. Comme pratique managériale, elle consiste à déterminer les finalités de l'action de l'organisation et les moyens à mettre en œuvre pour y parvenir. Dans un univers complexe et mouvant, le management stratégique compris comme l'appropriation des outils d'analyse à des fins de mise en mouvement de l'organisation s'impose comme une démarche indispensable à la conduite des affaires pour tous types d'acteurs (entreprises du secteur privé, administrations, association, ONG...).

L'unité d'enseignement Management stratégique vise à initier les étudiant-e-s aux outils et aux enjeux de l'analyse stratégique. En étant confrontés à de nombreuses études de cas, les étudiant-e-s apprendront à poser un diagnostic stratégique sur une situation de gestion.

Une étude de cas longitudinale, menée auprès d'une start-up avec laquelle les étudiant-e-s seront en contact direct tout au long du semestre, occasionnera une mise en pratique confrontation des fondements théoriques et l'adaptation de ceux-ci aux particularités du cas. Les étudiant-e-s seront notamment amenés à formuler plusieurs options stratégiques pertinentes au regard de l'environnement et des visées de l'organisation.

Par ce travail pratique, les étudiant-e-s développeront leur maîtrise des concepts et théories et découvriront les conditions de leur utilisation de même que leurs limites.

OBJECTIFS SPECIFIQUES :

Au plan des connaissances, les étudiant-e-s se familiariseront avec :

- ✓ Le management stratégique et sa dimension sociologique à l'intérieur de l'organisation.
- ✓ La documentation business.
- ✓ Les différentes étapes de l'analyse stratégique.
- ✓ Les outils et modèles d'analyse du management stratégique.
- ✓ L'éventail des choix stratégiques.

Au plan du savoir-faire, les étudiant-e-s apprendront à :

- ✓ Structurer une recherche d'informations qualifiées et pertinentes à des fins décisionnelles.
- ✓ Concevoir, planifier et exécuter les différentes étapes d'un projet d'analyse stratégique.
- ✓ Rédiger un rapport d'analyse stratégique.
- ✓ Présenter à un auditoire les faits saillants d'un rapport d'analyse stratégique et le défendre.

En s'appuyant sur un travail pratique à réaliser en équipe, l'approche pédagogique privilégiée dans ce cours favorisera le développement du savoir-être professionnel, en fournissant aux étudiant-e-s l'occasion d'améliorer leurs habiletés interpersonnelles (coordination des efforts individuels, *leadership*, aptitude à répondre à un donneur d'ordre externe etc.).

5. Contenu et formes d'enseignement

Unité d'enseignement : 50141 - Management stratégique :

MOTS – CLES :

Analyse stratégique – choix stratégiques – déploiement stratégique.

METHODE PEDAGOGIQUE :

Le cours s'appuie sur plusieurs approches pédagogiques, notamment : l'expérimentation des concepts et outils dans une situation réelle d'entreprise, les exposés magistraux, les études de cas et les exercices d'application.

6. Modalités d'évaluation et de validation

L'évaluation du module se fera en principe de la manière suivante :

Unité d'enseignement 50141 : Management stratégique :

Évaluation du travail pratique réalisé en équipe et/ou examen final et/ou contrôle continu selon décision de la coordination du module (le cas échéant, les pondérations seront communiquées par les enseignant-e-s avant les évaluations).

Cette pondération s'applique également aux étudiant-e-s répétant ce module durant la présente année académique.

7. Modalités de remédiation

- Remédiation obligatoire si le résultat du module est compris entre 3,5 et 3,9 / 6.
- Pas de remédiation
- Autres modalités :

Autres modalités de remédiation

En cas de remédiation, seule la note de l'examen de remédiation sera prise en compte.

Un module répété ne peut pas être remédié.

8. Bibliographie

Référence principale :

Stratégique, 11e édition, Frédéric Fréry, Duncan Angwin, Gerry Johnson, Patrick Regnér, Kevan Scholes, Richard Whittington, 2017, Pearson.

Les références complémentaires seront communiquées sur Cyberlearn.