

Stratégies d'entreprise à l'international

Infos pratiques

- > ECTS : 3.0
- > Nombre d'heures : 24.0
- > Langue(s) d'enseignement : Anglais
- > Niveau d'étude : BAC +4
- > Période de l'année : Enseignement septième semestre
- > Méthodes d'enseignement : En présence
- > Forme d'enseignement : Cours magistral
- > Composante : Langues et cultures étrangères
- > Code ELP : 4V7XISTP

Présentation

Le cours présente les fondamentaux de la stratégie dans un contexte international. Les séances aborderont des thèmes comme la mondialisation, le diagnostic stratégique, la culture d'entreprise, l'innovation et les choix stratégiques en matière de développement. Le cours incitera également à une réflexion sur les évolutions actuelles telles que l'importance croissante des objectifs non financiers (sociétaux et environnementaux), l'émergence de stratégies basées sur l'intelligence collective et la nécessaire adaptation des entreprises à la nouvelle génération hyper connectée et collaborative.

Objectifs

- Acquisition et/ou consolidation des connaissances stratégiques nécessaires pour comprendre le fonctionnement et analyser l'environnement d'une entreprise dans un contexte international
- Etudier les stratégies d'entreprise dans un contexte mondial

Évaluation

- Contrôle continu : DST en fin de semestre

- Contrôle dérogatoire : x

Pré-requis nécessaires

Aucun

Compétences visées

- Maîtrise du vocabulaire stratégique
- Savoir analyser l'environnement externe et interne d'une entreprise
- Savoir déchiffrer la stratégie d'une entreprise

Bibliographie

JOHNSON, Gerry, Fundamentals of Strategy. 4 th Edition. Pearson, 2018

Contact(s)

> Catherine Teirlynck

Responsable pédagogique
cteirlyn@parisnanterre.fr