

Section Bac	Marketing		
Nom de l'UE	LABORATOIRE : PLAN STRATEGIQUE ET OPERATIONNEL COURS : Laboratoire : stratégie		
Nom du professeur	Pierre-Alain Scharff		
Niveau	4	Unité déterminante	Oui
Nombre de périodes	UE : 40	Pré requis pour	Non
Langue de cours	Français	Crédits ECTS - UE	5

#### Objectifs du cours

- ◆ Analyser les contraintes et les facteurs environnementaux associés au projet ;
- ◆ Exploiter des outils d'analyse à partir d'un business model afin de développer de nouvelles options ;
- ◆ Développer des stratégies marketing novatrices ;
- ◆ Assurer la cohérence du « positionnement produit/service ».

- Résumé évolutif<sup>2</sup> intervenants externes en mode guest speaking pour illustrer la théorie par la pratique des affaires

#### Supports

- Slides power point mis à disposition sur Moodle

#### Acquis d'apprentissage

**Pour atteindre le seuil de réussite,** l'étudiant sera capable :

*dans le respect des consignes données par le chargé de cours, au travers de la rédaction et de la présentation orale d'un projet de création, de développement ou de transformation d'une entreprise :*

de justifier la cohérence du business model présenté et du « positionnement produit/service ».

**Pour la détermination du degré de maîtrise,** il sera tenu compte des critères suivants :

1. la finesse de l'analyse,
2. le degré de pertinence de l'argumentation,
3. la créativité et le degré d'autonomie atteint,
4. la qualité de la présentation.

#### Contenu du cours

- Mission/Vision/Valeur/Stratégie/Business Plan
- Définition et mesure de la performance
- Stratégie délibérée et émergente
- Biologie des organisations (structure, systèmes, configuration)
- Type de leadership en fonction de la stratégie
- Organisation de la planification stratégique
- Transformation des organisations

#### Méthodologie

- Théorie de base de la planification stratégique
- Analyse de cas concrets tirés de l'actualité ou illustratifs de la théorie
- Débats/Partages sur les cas

**Evaluation : examen oral**