

# 100 fiches

pour comprendre

# la stratégie d'entreprise

3<sup>e</sup> édition



JEAN-LOUIS MAGAKIAN • MARIELLE AUDREY PAYAUD

 **Breal**

# Sommaire

## Partie 1 - Le développement historique de la stratégie

1. Les stratégies d'usage du livre .....	10
2. Le concept de stratégie .....	12
3. À l'origine de la stratégie : l'organisation .....	14
4. Une discipline en devenir : la stratégie .....	16
5. L'art de la guerre .....	18
6. L'entrepreneur et l'innovation .....	20
7. La nature de la firme .....	22
8. L'économie des coûts de transaction .....	24
9. Henry Mintzberg : les cinq « P » de la stratégie .....	26
10. Karl Weick : l'approche cognitive de la stratégie .....	30

## Partie 2 - Le modèle de l'analyse sectorielle

11. Les fondements de l'analyse sectorielle .....	32
12. Le modèle SCP .....	36
13. Les barrières à l'entrée .....	40
14. L'apport de la théorie des jeux .....	44
15. L'innovation .....	46
16. Les rentes de profit .....	48
17. Michael E. Porter .....	52
18. La stratégie concurrentielle .....	54
19. Les diversifications .....	56
20. Le modèle stratégique classique .....	60

## Partie 3 - Le modèle des ressources et des compétences

21. Les fondements évolutionnistes de la firme .....	62
22. Les routines organisationnelles .....	64
23. Les ressources de l'entreprise .....	66
24. Les rentes organisationnelles .....	68
25. Les compétences centrales .....	72
26. L'exploitation stratégique des savoirs .....	76

27. L'organisation des connaissances .....	78
28. L'identification des ressources .....	82
29. Les ressources humaines .....	84
30. Le modèle stratégique RBV .....	86

#### **Partie 4 - Le système concurrentiel**

31. L'environnement concurrentiel .....	88
32. La formulation stratégique .....	90
33. Les niveaux de l'analyse stratégique .....	94
34. Attrait et contingence de l'industrie .....	96
35. Le contexte environnemental .....	100
36. Le modèle du cycle de vie .....	102
37. Les systèmes concurrentiels .....	104
38. Économies d'échelle, d'envergure, effets d'apprentissage .....	108
39. Les groupes stratégiques .....	114
40. La dynamique concurrentielle .....	116

#### **Partie 5 - L'avantage concurrentiel**

41. Le concept d'avantage concurrentiel .....	118
42. Le concept de facteur clé de succès .....	122
43. La chaîne de valeur .....	124
44. Synergie et avantage concurrentiel .....	126
45. Le <i>benchmarking</i> .....	130
46. La différenciation .....	132
47. L'avantage par les coûts .....	136
48. Combiner différenciation et coûts : l'exemple de la <i>Supply Chain</i> .....	140
49. L'avantage concurrentiel fondé sur le modèle MRC .....	142
50. L'innovation comme avantage concurrentiel .....	146

#### **Partie 6 - La gestion des activités**

51. Segmentations marketing et stratégique .....	150
52. Les domaines d'activité stratégiques .....	154
53. L'architecture des compétences .....	156
54. Le portefeuille de connaissances et de processus .....	158
55. Équilibrer le portefeuille d'activités .....	160

56. Évaluer le portefeuille d'activités .....	164
57. Maturité du portefeuille d'activités .....	168
58. Innovations et technologie .....	172
59. Optimiser le portefeuille d'activités .....	176
60. Le rôle stratégique de la direction générale .....	180

## **Partie 7 - Processus et contrôle de la réalisation de la stratégie**

61. Les décisions stratégiques .....	184
62. La planification stratégique .....	186
63. Le modèle SWOT .....	188
64. Les scénarios stratégiques .....	192
65. Les plans d'actions prioritaires .....	196
66. Les systèmes d'information .....	198
67. Le tableau de bord prospectif .....	202
68. La décentralisation des décisions .....	204
69. Le paradigme stratégique .....	206
70. Le gouvernement de l'entreprise .....	208

## **Partie 8 - Stratégie de globalisation**

71. La loi des avantages comparatifs .....	212
72. La théorie HOS .....	214
73. Le cycle international du produit .....	216
74. Le paradigme OLI .....	218
75. Le modèle Global/Local .....	220
76. Le modèle du diamant de M. Porter .....	222
77. L'entreprise transnationale .....	224
78. Les relations de filiations internationales .....	226
79. L'héritage administratif .....	228
80. Les facteurs de globalisation .....	230

## **Partie 9 - Création de valeur et développement interne**

81. Les différents aspects de la valeur .....	232
82. L'évaluation de la valeur économique .....	234
83. La rentabilité des capitaux .....	238
84. Les modèles d'évaluation de valeur .....	240

85. Le taux de croissance de l'activité .....	242
86. Le management stratégique de la valeur .....	246
87. L'externalisation .....	248
88. Les structures d'entreprise .....	250
89. Recentrage et restructuration stratégiques .....	254
90. Le changement stratégique .....	256

**Partie 10 - Modes de développement externe :  
alliances stratégiques, acquisitions et fusions**

91. Les développements externes .....	260
92. Les collusions tacites .....	262
93. Les types d'alliance .....	264
94. Les motifs des alliances .....	266
95. La sélection des partenaires .....	268
96. Réseaux et conglomérats d'entreprises .....	270
97. Les fusions-acquisitions .....	272
98. Les contraintes postfusionnelles .....	274
99. Les aspects psychologiques des fusions .....	276
100. Les limites de l'entreprise .....	278
Bibliographie .....	280
Index .....	286