

# Strategic Management in a Global business context

EM1F4M4EB1

**Semestre**

B

**Discipline**

Strategy

**Volume horaire**

27 H

**Nombre de places**

45

**Ouvert aux visitants**

Oui

**Langue**

EN

**Responsable**



Hicham EL MOUKTAFI

---

# Liste des intervenants

Intervenant(s)	Email	Volume horaire CM
Hicham EL MOUKTAFI	<a href="mailto:hicham.elmouktafi@gmail.com">hicham.elmouktafi@gmail.com</a>	27 h

## Contribution pédagogique du cours au programme

Aucune contribution pédagogique associé à ce cours pour ce programme.

## Descriptif

This course entitled "Basics in Strategy" provides students with theoretical and practical foundations of strategic management. The objective of this course is to enable students to acquire:

- (1) the core concepts of strategy
- (2) the necessary tools to implement strategy in today's organizations.

The various themes of the course are developed through theoretical and practical tools, illustrated with a variety of concrete examples of companies around the world

Like in a role game, but at a collective level, the students will be invited to embody a company working in an environment where events happen, and relevant decisions need to be taken. To make good decisions and to survive in this environment, students will have to apply strategic management concepts and frameworks. Each decision will have some consequences and impact the evolution of the company.

At the end of each session, students will deliver completed templates of frameworks to make sure they understood properly the basics of strategy. In addition, students will be asked to read and prepare PowerPoint presentations of academic articles for several sessions.

## Organisation pédagogique

### Face-to-face

- Lectures
- Tutorials

### In group

- Oral presentations
- Projects

### Interaction

Aucun élément de cette liste n'a été coché.

## Others

Aucun élément de cette liste n'a été coché.

---

## **Objectifs pédagogiques**

### Cognitive domain

A l'issue du cours, l'étudiant(e) devrait être capable de / d'...

- - (niv. 1) Define the basic concepts in strategy
  - - (niv. 3) Apply a strategic framework on a real-life situation
  - - (niv. 3) Sketch concrete action plans
  - - (niv. 5) Synthesize a company situation
  - - (niv. 6) Justify strategic choices
- 

### Affective domain

A l'issue du cours, l'étudiant(e) devrait être capable de / d'...

Aucun affective domain n'a pour le moment été associé à ce cours.

---

## **Objectifs de développement durable abordés**

Aucun objectif de développement durable n'a été coché.

---

## **Plan / Sommaire**

### 1. Introducing strategy

Foundations of corporate strategy

External diagnosis - Analyzing the macro-environment

External diagnosis - Analyzing the industry and sector

Internal diagnosis - Resources and Competences

Internal diagnosis - Corporate Culture

### 2. Strategic choices

Business strategy and models

Corporate strategy and diversification

International strategy

### 3. Strategic Management of innovation

Leveraging disruptive innovation

Innovation and strategic change

New rules of strategy: E-business, networks, environment, social

## **Prérequis nécessaires**

### Connaissances en / Notions clés à maîtriser

none

---

## **Supports pédagogiques**

### Mandatory tools for the course

- Computer

### Documents in all formats

- Worksheets

### Moodle platform

Aucun élément de cette liste n'a été coché.

### Software

Aucun élément de cette liste n'a été coché.

### Additional electronic platforms

Aucun élément de cette liste n'a été coché.

---

## **Bibliographie recommandée**

### Ouvrages principaux

Johnson, Scholes, Whittington and Fréry (2017), Exploring Strategy, Pearson Education  
Kim W.C., Mauborgne R., Blue Ocean Strategy, Harvard Business School Press, 2005.  
McKeown (2012), The Strategy Book: How to Think and Act Strategically to Deliver Outstanding Results, FT  
D'Aveni R. A., Gunther R., Hypercompetition: Managing the Dynamics of Strategic Manoeuvring, The Free Press, 1994.  
Hamel G. et Prahalad C. K., Competing for the Future, Harvard Business School Press, 1994.  
Kay J., Foundations of Corporate Success, Oxford University Press, 1993.  
Porter M., Competitive Advantage, The Free Press, 1985.

---

## Littérature complémentaire

Aucun ouvrage n'a été renseigné.

---

## Travaux de recherche de l'EM : Veillez à mobiliser au moins une ressource

Peuvent être renseignés les manuels coordonnés, les traductions de manuel, les études de cas traduites etc...

Aucun ouvrage n'a été renseigné.

---

## **Modalités d'évaluation**

### Liste des modalités d'évaluation

**Evaluation intermédiaire / contrôle continu 1** Autre (date, contrôle surprise...) : TBD

Ecrite et orale / en groupe / Anglais / pondération : 50 %

Précisions : Case study

**Evaluation intermédiaire / contrôle continu 2** Autre (date, contrôle surprise...) : All sessions

Orale / individuelle / Anglais / pondération : 25 %

Précisions : Participation

**Evaluation intermédiaire / contrôle continu 3** Autre (date, contrôle surprise...) : TBD

Ecrite / individuelle / Anglais / pondération : 25 %

Précisions : TBD