

Stratégie et Histoires d'Entreprises

Licence de Sciences Economiques et de Gestion - 3^{ème} année - 2025 – 2026

Franck Tannery – Professeur des Universités – f.tannery@univ-lyon2.fr

1. Objectifs pédagogiques

- Comprendre les spécificités de la stratégie et du raisonnement stratégique pour offrir une initiation à la stratégie.
- Saisir l'importance de l'approche historique pour la stratégie d'entreprise.
- Appréhender les dynamiques stratégiques (logiques, processus, contenus, dispositifs de gestion) qui structurent les trajectoires et les développement des entreprises.
- Cerner la distinction entre une réflexion en stratégie et une approche de gestion opérationnelle
- Cours d'introduction à la stratégie avant les cours suivants en licence et master consacrés au diagnostic stratégique, aux manœuvres stratégiques et à la gestion du changement

2. Plan du cours

Séance 1 – Chapitre introductif : De la stratégie et de l'histoire des entreprises

Séance 2 - Chapitre 1 - Conception et construction d'une orientation

La stratégie assure la construction de l'histoire d'une entreprise par l'établissement d'une orientation générale pour organiser l'action collective. En raison de la diversité des situations et des entreprises, il importe de comprendre les ressorts de la conception de cette orientation. Ce chapitre vise à appréhender les conditions d'élaboration des orientations des entreprises (acteurs responsables, processus, types d'orientations) afin d'être en mesure de saisir cette composante clé de toute stratégie.

Séance 3 - Chapitre 2 - Sélections et adaptations aux environnements

La stratégie d'entreprise étant toujours une question de position relative d'un acteur par rapport à d'autres, elle oblige à tenir compte des dynamiques externes (marché, concurrence, régulations, clients, etc.) afin d'assurer une position soutenable et durable face aux évolutions qui prendront forme. Ce chapitre vise à appréhender les processus clés de l'adaptation aux environnements sans lesquels l'entreprise risque d'échouer.

Séance 4 - Chapitre 3 - Formes et systèmes techniques

La stratégie met en avant le positionnement concurrentiel satisfaisant des offres, des produits et des services de l'entreprise comme l'un des facteurs clés pour assurer un développement pérenne. Ce positionnement dépend du système technique qui est construit et établi. Ce chapitre vise à appréhender les contours du système technique de l'entreprise tant dans ses dimensions classiques liées aux savoirs et connaissances technologiques que dans ses dimensions plus larges liées aux champs juridiques et aux pratiques de gestion.

Séance 5 - Chapitre 4 - Organisations sociales et politiques

La stratégie ne faut que par sa mise en œuvre, sa réalisation et son exécution. Cela passe par la conception et l'établissement d'une forme organisationnelle adaptée à la stratégie. Cette forme organisationnelle conditionne en retour les dynamiques sociales et politiques de l'entreprise. Ce

chapitre vise à appréhender la relation centrale stratégie – structure qui détermine la dynamique des formes organisationnelles et leurs histoires.

Séance 6 - Chapitre 5 - Dynamiques institutionnelles et imaginaires

Pour être mise en œuvre, la stratégie d'une entreprise doit être partagée entre les différentes parties prenantes. Ce partage passe par une mise en mots et en images en visant la construction d'un sens pour l'action collective organisée. Sans ce partage, la stratégie reste une pure intention désincarnée. Ce chapitre vise à appréhender la place centrale prise par les représentations et les discours pour construire les dynamiques stratégiques des entreprises.

Séance 7 – Chapitre conclusif et ouvertures

3. Méthodes

Présentation de cadres théoriques et conceptuels pour instruire les questions clés en illustrant les propos et analyses par des cas d'entreprises (vidéos).

4. Modalités d'évaluation

Examen écrit sur table d'1h30.

5. Bibliographie

- F.Tannery, JP.Denis, T.Hafsi, A.C.Martinet – *Encyclopédie de la stratégie*, EMS
- R.Dumoulin, G.Guieu, P.X.Meschi et F.Tannery – *La stratégie de A à Z* – Dunod
- Johnson, Scholes, Whittington & Fréry, *Stratégique*, Pearson
- JP.Phelizon, V.Desportes, *Introduction à la stratégie*, Economica
- H.Couteau-Bégarie, *Bréviaire stratégique*, Ed du Rocher
- Alternatives économiques – Les dossiers - N°007 - 08/2016 - 25 histoires d'entreprises
- Revues : Revue Française de Gestion – Harvard Business Review
- Site de l'Association Internationale de Management Stratégique (www.aims.com)
- You Tube : Les Echos
- Xerfi Canal
- Université Louvain – MOOC Stratégie – A.Vals et R.Coeurderoy.