

Stratégie d'entreprise

Analyser l'environnement stratégique des entreprises

Ce cours vous est proposé par Denis Chabault, Maître de Conférences HDR – enseignant chercheur en Sciences de Gestion au sein de l'Université Paris Saclay et par AUNEGe, l'Université Numérique en Économie Gestion.

Activités

Attention : ceci est la version corrigée de l'activité.

Exercice pour aller plus loin

Consigne

Complétez les trous dans le texte.

Correction

Les strates de l'environnement externe des entreprises

D'une manière générale, l'environnement stratégique des entreprises est structuré en **3** dimensions spécifiques

Le **macro environnement** : c'est l'ensemble des facteurs globaux qui ont un impact sur pratiquement toutes les organisations d'une même zone géographique.

L'**industrie** : c'est l'ensemble des organisations qui propose la même offre de biens ou de services.

Les **groupes stratégiques** : ce sont les organisations qui présentent des caractéristiques communes et adoptent des stratégies convergentes.

L'analyse stratégique externe devra donc prendre en compte ces 3 dimensions pour positionner au mieux l'entreprise par rapport aux contraintes et aux opportunités qu'elles génèrent.

Références

Comment citer ce cours ?

Stratégie d'entreprise, Denis Chabault, AUNEGe (<http://auneg.fr>), CC – BY NC ND (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).



Cette œuvre est mise à disposition dans le respect de la législation française protégeant le droit d'auteur, selon les termes du contrat de licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>). En cas de conflit entre la législation française et les termes de ce contrat de licence, la clause non conforme à la législation française est réputée non écrite. Si la clause constitue un élément déterminant de l'engagement des parties ou de l'une d'elles, sa nullité emporte celle du contrat de licence tout entier.