Introduction à la gestion 1

Composante
IAE Savoie
Mont Blanc

En bref

- **Langues d'enseignement:** Français
- **Méthodes d'enseignement:** En présence
- **Forme d'enseignement :** Cours magistral
- **Ouvert aux étudiants en échange:** Oui

Présentation

Objectifs

Le cours d'Introduction à la Gestion présente les notions et les outils fondamentaux de la gestion d'entreprise (dans les champs de la stratégie, de l'organisation et des ressources humaines, du marketing et de la finance) pour permettre aux étudiants d'acquérir une vision globale de l'entreprise et des défis et/ou problèmes auxquels elle doit faire face. Des cas d'application tirés de l'actualité permettront de confronter les bases théoriques aux situations concrètes de gestion. Des exercices complémentaires seront disponibles sur Moodle à partir du lien suivant : https://moodle.univ-smb.fr/

Heures d'enseignement

CM	Cours Magistral	39h

Pré-requis obligatoires

Une connaissance de l'actualité économique et financière (ex : Les Echos, Le Monde) est fortement recommandée

Informations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 08 mars 2026

Plan du cours

Chapitre introductif

Chapitre 1 : Environnement de l'entreprise

Chapitre 2 : Choix stratégiques pour le positionnement et le développement de l'entreprise

2.1. Construire son avantage concurrentiel : les stratégies génériques

2.2. Les stratégie de spécialisation ou de diversification

2.3. Les stratégies de faire ou de faire faire

2.4. Les stratégies d'innovation

2.5. Les stratégies d'internationalisation

2.6. Les stratégies de Responsabilité Sociale de l'Entreprise

Chapitre 3 : Choix marketing pour répondre à la demande

Chapitre 4 : Gestion des Ressources Humaines et organisation des ressources

Chapitre 5 : Choix financiers et création de valeur

Conclusion

Compétences visées

Informations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 08 mars 2026

- Maîtriser les fondements théoriques de la gestion des entreprises au regard des différentes sous-disciplines (stratégie, marketing, finance, organisation et ressources humaines etc.)
- Être en capacité de situer l'entreprise dans son environnement et d'appréhender la cohérence de ses choix
- Se familiariser à l'analyse des (nouvelles) pratiques de gestion d'entreprises françaises ou internationales.

Bibliographie

- Calmé I., Hamelin J., Lafontaine J-P., Ducroux S., Gerbaud F. (2013), Introduction à la gestion, 3ème édition, Dunod
- Johnson G., Whittington R, Scholes K., Fréry F. (2014), Stratégique, 10ème Edition, Pearson
- Amstrong G, Kotler P. (traduit par Le Nagard-Assayad E., Lardinoit T). (2010), Principes de marketing, 10ème édition, Pearson
- Evrard Y., Pras B., Roux E. (2003), Market, Etudes et recherches en marketing : fondements Méthodes, 3ème édition, Dunod
- Vernimmen P. (traduit par Quiry P, Le Fur Y.) (2013), Finance d'entreprise, Dalloz
- Rojot J. (2005), Théorie des organisations, 2ème édition, Eska
- Le site des Echos: https://www.lesechos.fr/
- Le site de l'INSEE: https://www.insee.fr/fr/accueil

Une bibliographie spécifique sera fournie à la fin de chaque chapitre.

Infos pratiques

Campus

Annecy / campus d'Annecy-le-Vieux

Informations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 08 mars 2026