

Stéphane SAUSSIÉ, Professeur (IAE de Paris)

Objectifs pédagogiques :

- Poser les bases de la stratégie d'entreprise
- Cerner les évidences empiriques sur ces sujets et les méthodes de confrontation des propositions théoriques aux faits
- Arriver à développer pour de futurs projets de recherche une analyse scientifique en travaillant des textes académiques, théoriques et empiriques.

Le cours n'est pas bâti autour d'une approche théorique unique mais explore différentes questions liées aux stratégies des firmes. Un accent particulier sera mis sur la question de l'opérationnalisation et du test des arguments théoriques. Cet aspect des choses concerne tant les futurs chercheurs que les futurs praticiens dans la mesure où ces derniers sont souvent amenés à s'appuyer sur les travaux et les arguments des scientifiques.

Enseignement :

Les séances consistent en la discussion de textes. Plus précisément, les étudiants inscrits dans le séminaire choisissent un des thèmes qui leur est proposé, constitué de 2 articles et/ou d'une étude de cas. Un groupe de plusieurs élèves expose en séance une analyse critique du thème retenu. Cette présentation représente au maximum la moitié de la séance. L'autre moitié étant constituée par la mise en perspective et le rappel des principaux points importants de la séance par la personne en charge du cours.

Exposés :

Les groupes se chargeant d'un exposé distribuent en séance un résumé de leur intervention constituée, pour chaque article ou étude de cas d'une page (police en taille 11, interligne 1). La présentation des articles est suivie d'une discussion générale. Typiquement, la présentation par les étudiants sera structurée, lorsque l'article s'y prête, de la manière suivante :

- Quelle est la question de recherche étudiée ?
- Quelles sont les propositions et les arguments théoriques fondant ces propositions ?
- Quelles sont les caractéristiques des données et de l'échantillon servant à mettre à l'épreuve ces propositions ?
- Quelle est la méthode utilisée ? (stratégie de collecte, construction de variables, modèles économétriques utilisés)
- Quels sont les résultats majeurs ? (essentiellement les propositions sont-elles corroborées ou réfutées)
- Quelles sont les limites de la recherche ? (Celles identifiées par l'auteur mais aussi d'autres limites que vous pourriez identifier)
- Quelles sont les perspectives futures de recherche à partir de cette étude ?

Au total, chaque article sera présenté et discuté pendant 20 minutes, laissant un temps important pour faire le point et résumer les concepts et notions essentiels de la séance.

Evaluation

50% Exposé ; 50% Document écrit remis par l'étudiant

Séance introductive.

Le positionnement dans le marché des produits et des services – A partir d'une définition classique de la stratégie d'entreprise et de l'analyse industrielle développée par Porter, on présentera les limites d'une vision dominée par l'environnement externe, les espaces stratégiques et la différenciation. On insistera aussi sur les différents niveaux d'analyse envisageable pour comprendre les stratégies des firmes (marché, firme, transaction) et sur les différents courants théoriques (essentiellement théorie des coûts de transaction et théorie des ressources) les plus à même de permettre une analyse de la stratégie, de la croissance, de l'adaptabilité et du profit des entreprises.

Lectures

- Porter M. (2008), « The Five Competitive Forces That Shape Strategy », *Harvard Business Review*, January, 79-93
- Wernerfelt B; (1984), «A Resource-Based View of the Firm », *Strategic Management Journal*, 5 (2), 171-180.
- Barney J. (1991), « Firm Resources and Sustained Competitive Advantage », *Journal of Management*, 17, 99-120.
- Kim Chan & Renée Mauborgne 2009 – “How Strategy Shapes Structure”, *Harvard Business Review* Vol. 87, N°9, pp 72-80, September 2009.
- Williamson Oliver E. (1991) "Strategizing, Economizing, and Economic Organization", *Strategic Management Journal*, Vol. 12, pp. 75-94.
- Joskow P.L. (1987) "Contract Duration and Relationship-Specific Investment: Empirical Evidence from Coal Markets", *American Economic Review*, Vol. 77, pp. 168-185.

Séance 2. Les frontières de l'entreprise

Croissance verticale et horizontale des firmes et impacts sur leur profitabilité – Mise en concurrence de différentes approches théoriques. Opérationnalisation des théories – données nécessaires et méthodes de confrontation.

Lectures

1. Masten S.E., Meehan J.W., Snyder E.A., [1991], "Costs of Organization", *Journal of Law, Economics and Organization*, 7, p.1-27.
2. Poppo, L., and Zenger, T. R. (1998). « Testing alternative theories of the firm: transaction cost, knowledge-based, and measurement explanations for make-or-buy decisions in information services », *Strategic Management Journal*, 19, 853-877

Lectures complémentaires

- Plunket A. et Saussier S. 2003 “Human Asset Specificity in Alternative Theories of the firm: How to rule out competing views?”, *Economie et Institutions*, 3, 103-130.
- Masten S.E. [2002] “Modern Evidence on the Firm”, *American Economic Review*, 92, 428-432.
- Williamson O.E. 1999, “Strategy Research: Governance and Competence Perspectives”, *Strategic Management Journal*, 20, 1087-1108

Séance 3. La question du Make and Buy

Faire et faire faire – la solution de l'intégration des activités ou de leur externalisation vue comme un continuum. On insistera sur la volonté des entreprises de se fixer des objectifs « mixtes » en termes d'externalisation et sur les raisons stratégiques qui peuvent les pousser à ce choix.

Lectures

1. Parmigiani, A. E. (2007), "Why Do Firms Both Make and Buy? An Investigation of Concurrent Sourcing", *Strategic Management Journal*, Vol. 28, pp. 285-311.
2. Sorenson O. and Sorenson J.B. (2001) « Finding the right mix: franchising, organizational learning, and chain performance », *Strategic Management Journal*, 22, (6-7), 713-724.

Lecture complémentaire

- Lafontaine, F., and K.L. Shaw, (2005), "Targeting Managerial Control: Evidence from Franchising", *RAND Journal of Economics*, 36, 131-150.
- Pénard T., E. Raynaud and S. Saussier, 2003, "Dual Distribution and royalty rates in Franchised Chains: An Empirical Analysis Using French Data", *Journal of Marketing Channels*, 10, 5-32.

Séance 4. Les relations interfirmes (1)

Efficacité de la firme et organisation de ses relations avec ses partenaires et/ou ses concurrents. Confiance et confiance calculée.

Lectures

1. Gulati R. et Nickerson J. A. « Interorganizational Trust, Governance Choice, and Exchange Performance » *Organization Science*, (2008).
2. Reuer, J. and Ariño, A. 2007. Strategic alliance contracts: Dimensions and determinants of contractual complexity. *Strategic Management Journal*, 28: 313-330.

Lectures complémentaires

- Dyer, J.H. et Singh, H., (1998), « The relational view: cooperative strategy and sources of interorganizational competitive advantage », *Academy of Management Review*, October, Vol 23, n°4, 660-679.
- Saussier S. (2000), «Transaction Costs and Contractual Completeness», *Journal of Economic Behavior and Organization*, Vol. 42 (2), 189-206.
- Masten S. et Saussier S. (2000), «Econometrics of Contracts : An Assessment of Developments in the Empirical Literature of Contracting», *Revue d'Economie Industrielle*, 92, 215-237

Séance 5. Les relations interfirmes (2)

Efficacité de la firme et organisation de ses relations avec ses partenaires et/ou ses concurrents. Confiance et confiance calculée. Approche relationnelle et cycle de vie des relations.

Lectures

1. Gil, R. and Marion J. 2009, « The Role of Repeated Interactions, Self-Enforcing Agreements and Relational [Sub]Contracting: Evidence from California Highway Procurement Auctions », Working Paper.
2. Novak, Sharon and Scott Stern. 2008. How Does Outsourcing Affect Performance Dynamics?: Evidence from the Auto Industry. *Management Science*.

Lectures complémentaires

- Argyres, N., Bercovitz, J., and Mayer, K. 2007. Complementarity and evolution of contractual provisions: Evidence from IT services contracts. *Organization Science*, 18: 3-19.

Séance 6. Sélection et adaptation de la firme

Capacité de la firme à survivre en environnement hostile – importance des choix stratégiques – facteurs d’inertie et de réactivité de la firme.

1. Nickerson J. and Silverman B. (2003) Why Firms Want to Organize Efficiently and What Keeps Them from Doing So: Inappropriate Governance, Performance, and Adaptation in a Deregulated Industry, in *Administration Science Quarterly*, 48, 3: 433-65.
2. "Alliance Structure and the Scope of Knowledge Transfer: Evidence from US-Japan Agreements," Oxley, J.E. & Wada, T., *Management Science*, 55 (4), 2009, 635-649

Séance 7. Séance exceptionnelle, animée par Joanne Oxley, U. of Toronto, Rotman School of Management

Séance 8. Séance exceptionnelle, animée par Joanne Oxley, U. of Toronto, Rotman School of Management

Séance 9. Séance Exceptionnelle, animée par Ricard Gil, U. of California, Santa Cruz