

MASTER 1

MENTION ECONOMIE PARCOURS EXPERTISE ECONOMIQUE

ECONOMIE DE LA STRATEGIE / S2

ENSEIGNANT :

Nom :	Laffineur
Prénom :	Catherine
Mail :	Catherine.laffineur@unice.fr

OBJECTIFS DE L'ENSEIGNEMENT :

Ce cours familiarise les étudiants avec l'organisation industrielle moderne et les stratégies commerciales des entreprises dans les marchés imparfaitement concurrentiels. Le cours mettra l'accent sur les dernières questions d'actualité liées à l'économie numérique. Les principaux outils d'analyses seront la théorie microéconomique et la théorie des jeux. A la fin de ce cours, les étudiants devront être capables de développer des stratégies d'entreprises à partir des enseignements tirés des modèles économiques vus en cours. Les thèmes abordés dans ce cours seront liés aux stratégies des entreprises en concurrence monopolistique, les stratégies de différenciation de produit et de publicité des entreprises, la prise de décision en environnement incertain, la relation principal-agent en information imparfaite, les stratégies d'entreprises en concurrence internationale ainsi que les stratégies d'entreprises dans des marchés des biens de réseaux.

PRE-REQUIS :

Economie industrielle 1, théorie des jeux 1, économie internationale 1



ECONOMICS AND
MANAGEMENT
GRADUATE SCHOOL AND RESEARCH



UNIVERSITÉ
CÔTE D'AZUR

PLAN / SOMMAIRE :

- Chapitre 1 : Les outils de la stratégie
- Chapitre 2 : Le pouvoir de marché
- Chapitre 3 : Le rôle de l'Innovation
- Chapitre 4 : Le rôle de la publicité
- Chapitre 5 : La localisation optimale des entreprises
- Chapitre 6 : Les stratégies de Fusions-Acquisitions

ELEMENTS BIBLIOGRAPHIQUES :

Bellefamme & Peitz "Industrial Organization: Markets and Strategies", second edition

Krugman, P.R., M. Obstfeld and M. J. Melitz (2011) "International Economics, Theory and Policy"
Chapter 3 to 5

Meier et Schier « Fusions-Acquisitions », 3^{ème} édition DUNOD