

Stratégie d'entreprise : concurrence et marché



Période de
l'année
Automne

En bref

➤ **Langue de cours:** Français

Présentation

Prérequis

Connaissances de base en microéconomie (cours de première année)

Objectifs d'apprentissage

- Intégrer les concepts de stratégie d'entreprise et de comportement des consommateurs
- Développer des compétences analytiques et critiques et promouvoir une réflexion éthique et responsable

Description du programme

Dans ce cours, nous examinerons comment différentes structures de marché, telles que le monopole, le duopole et l'oligopole, ainsi que différents types de concurrence (prix versus quantité), influencent le comportement des entreprises sur le marché. De plus, nous explorerons comment les entreprises peuvent mettre en œuvre la discrimination par les prix et développer des stratégies commerciales efficaces contre leurs concurrents. Nous analyserons également le comportement des entreprises dans des scénarios où les clients ne sont pas entièrement rationnels ou font preuve de rationalité limitée.

1. Types de Marché (6h)
 1. Concurrence Parfaite
 2. Monopole
 3. Oligopole
2. Discrimination par les Prix (6h)
 1. Types de Discrimination pas les Prix

- 2. Objectifs et Impacts
- 3. Stratégies d'Entreprise (4h)
 - 1. Stratégies Compétitives
 - 2. Stratégies de Croissance
- 4. Comportement des Consommateurs (4h)
 - 1. Théories du Comportement du Consommateur
 - 2. Facteurs Influençant les Décisions d'Achat

Compétences et connaissances scientifiques et techniques visées dans la discipline

- Comprendre les différentes structures de marché
- Analyser les stratégies d'entreprise
- Maîtriser les concepts de discrimination du prix
- Comprendre le comportement des consommateurs

Modalité de contrôle des connaissances

Participation aux cours et travaux dirigés : 25%
Contrôle aléatoire pendant les cours : 25%
Examen final : 50%

Bibliographie

- Belleflamme, Paul, and Martin Peitz. Industrial organization: markets and strategies. Cambridge University Press, 2015.
- Heidhues, Paul, and Botond Köszegi. "Behavioral industrial organization." Handbook of Behavioral Economics: Applications and Foundations 1 1 (2018): 517-612.
- Tirole, Jean. The theory of industrial organization. MIT press, 1988.
- Tremblay, Victor J., Elizabeth Schroeder, and Carol Horton Tremblay, eds. Handbook of behavioral industrial organization. Edward Elgar Publishing, 2018.

Equipe pédagogique

Jiakun Zheng

Objectif de Développement Durable



Réduction des inégalités

Partenariats pour la
réalisation des objectifs

Consommation et
production responsables

Total des heures

CM	Cours Magistral	20h
TD	Travaux Dirigés	10h

30h

Infos pratiques

Nom responsable UE

Responsable pédagogique

Jiakun Zheng

✉ jiakun.zheng@centrale-med.fr