

Les ouvrages de stratégie sont très nombreux, mais les études de cas sont plus rares. Or, pour bien comprendre les concepts de l'analyse stratégique, il est indispensable de disposer de quelques illustrations claires de leur application et de leur opérationnalité.

Cet ouvrage n'a pas d'autres prétentions que de fournir trois études de cas (Danone, McDonald's, Salomon) qui permettront aux étudiants de voir comment on peut utiliser ces concepts pour analyser la réalité de la vie des entreprises et des groupes aujourd'hui. En effet, sans ces exemples d'utilisation, les concepts de l'analyse stratégique risquent de rester extraordinairement abstraits.

Les rappels de cours fournis au début ne prétendent pas apporter de concepts nouveaux et ont seulement une visée pédagogique. D'ailleurs ces rappels s'appuient sur la grande référence en la matière : le très connu «Stratégor».

Cet ouvrage s'inscrit dans le cadre d'un enseignement d'«Analyse stratégique» qui apporte aux étudiants du master de Diagnostic Economique d'Entreprise de l'Université de Grenoble les méthodes et outils nécessaires au décryptage de la stratégie d'une entreprise ou d'un groupe. Mais il peut intéresser plus largement les étudiants d'écoles de management, les professionnels de cabinets-conseil en stratégie, ou les experts-comptables missionnés par les Comités d'Entreprise, et plus généralement tous ceux qui ont besoin de décrypter la stratégie d'une entreprise ou d'un groupe.

L'auteur : Richard SIORAK est enseignant dans le Master de Diagnostic Economique d'Entreprise de la Faculté d'Economie de Grenoble (Université Pierre Mendès France).

e-mail : [editions.campus-ouvert@orange.fr](mailto:editions.campus-ouvert@orange.fr)



Editions  
CAMPUS  
OUVERT

**18 € en France**

ISBN : 979-10-90293-13-7

Richard SIORAK

MASTER

L'ANALYSE STRATÉGIQUE DE TROIS GROUPES



## L'ANALYSE STRATÉGIQUE DE TROIS GROUPES : DANONE, MCDONALD'S ET SALOMON



Editions  
CAMPUS  
OUVERT

Richard SIORAK

