

Faculté des sciences économiques, sociales et politiques



IAG3930 Economie industrielle et management

[30h+0h exercices]

Enseignant(s): Paul Belleflamme, Régis Coeurderoy

Langue d'enseignement : français

Niveau : Troisième cycle

Objectifs (en termes de compétences)

A l'issue du cours, l'étudiant sera capable de

- Maîtriser les principales théories économiques de la firme
- Maîtriser leurs développements et leur utilisation dans le corpus des sciences de gestion

Objet de l'activité (principaux thèmes à aborder)

Ce cours explore les principales théories économiques qui expliquent l'existence des firmes en tant qu'institutions spécifiques. Le cours aborde (1) les théories basées sur le concept de coût de transaction et (2) les théories basées sur le concept de connaissance. L'accent est mis sur la perspective selon laquelle ces théories expliquent les déterminants de la taille et du périmètre d'activité des firmes ou, en d'autres mots, sur les principales raisons qui expliquent pourquoi la coordination d'activités est préférée via la firme plutôt que par le marché. Sont par ailleurs développées les applications de ces théories dans la littérature en sciences de gestion.

Résumé : Contenu et Méthodes

II.1. Contenu

L'accent sera mis sur une modélisation rigoureuse des phénomènes étudiés, qui s'appuiera sur des développements théoriques récents tirés par exemple de la théorie des jeux, de la théorie de l'agence, de la théorie économique des contrats et de l'analyse économique des conventions. Ces développements peuvent, en effet, servir de paradigmes unificateurs pour une modélisation microéconomique tant de l'organisation interne de l'entreprise que de son comportement sur les marchés. Ces apports récents doivent fournir un cadre de référence à l'analyse économique de questions variées comme celles relatives aux motivations et rémunérations des membres d'une organisation hiérarchisée, à la coordination des décisions au sein des organisations, à la structure financière et au contrôle des sociétés ou à l'intégration verticale des entreprises. Ils doivent aussi permettre d'analyser le comportement stratégique des entreprises dans des matières comme le choix des produits, la segmentation des marchés ou la recherche et développement.

II.2. Méthode

Ce cours est concentré sur deux semaines. Les matières couvertes dans ce cours le seront avec la rigueur nécessaire mais sans formalisation avancée (voir par exemple le manuel de Milgrom et Roberts ci-dessous), une telle formalisation pouvant être développée dans certains cours pris dans le cadre des spécialisations.

Autres informations (Pré-requis, Evaluation, Support, ...)

Pré-requis (idéalement en termes de compétences) : Diplôme de second cycle en sciences de gestion / économie

Encadrement : Titulaires