



החוג לניהול / Dept. of Management

3304-1221 – יסודות האסטרטגיה Fundamentals of Strategy

דרישות קדם:

Macro organizational behavior
Business economics

סמסטר א – שנה"ל תשפ"ב

פרטי הקבוצות בקורס

קבוצה	יום בשבוע	שעה	חדר	תאריך בחינה	מרצה	דואר אלקטרוני
01	א	8:00-12:00	TBA	Exam schedule	Natalie Shefer	Natalie.shefer@insead.edu
02	ה	8:00-12:00	TBA	Exam schedule	Natalie Shefer	Natalie.shefer@insead.edu

שעת קבלה – By Appointment

עוזר הוראה – TBA

היקף הלימודים

2 ש"ס

2 ש"ס = 4 ECTS – European Credit Transfer and Accumulation System (ECTS), ערך הניקוד של הקורס במוסדות להשכלה גבוהה בעולם שהינם חלק מ"תהליך בולוניה".

תיאור הקורס

This core course deals with the craft of strategy formulation and implementation that drive competitive organizations. The course provides insight into how to identify and choose a superior competitive position, how to analyze a strategic situation, and finally how to create the organizational context to make the chosen strategy work. As such, the objectives of this course are twofold: 1) to explore conceptual frameworks and models which will assist you with analyzing competitive situation and strategic dilemmas and gain insight into strategic management; 2) to help you acquire experience in dealing with strategic issues. We start by defining the logic of strategy and how strategy relates to different measures of firm performance. We then move to the analysis of the external competitive environment, looking at industry structure, value chain dynamics, and assess how a firm can select the best position within this environment. Based on this analysis, we consider specific actions a firm can take within a particular market or industry to gain competitive advantages. Such *business strategies* include vertical integration, cost leadership and product differentiation. These alternative strategic choices may offer valuable opportunities, yet may entail tremendous uncertainty. We then turn to strategic options available to the firm seeking to gain competitive advantages by operating in multiple

businesses simultaneously. Such *corporate level strategies* include strategic alliances, diversification, and acquisitions.

תפוקות למידה

At the end of the course, the student will be able to:

1. Differentiate between different domains within the corporation to which strategy may be applied
2. Analyze a firm's internal resources and capabilities to determine its source of competitive advantage.
3. Analyze a firm's external business environment, identify suitable strategies and discuss their implementation.
4. Apply conceptual models which clarify the interactions between industry, competition, firm resources, and the structure and development of firm capabilities.
5. Evaluate alternative mechanism for firm expansion and diversification

פירוט המטלות בקורס

This course will be held in English. Nevertheless, students are welcome to switch to Hebrew when needed. All course assignments must be submitted in English. The final exam will be printed in English.

Throughout the course, we will analyze a few cases and make strategy recommendations. In doing so, we will build on readings (e.g., book chapters, articles, etc.) which provide the theoretical and conceptual basis for the class session during which the case will be discussed. For each lecture topic, you may be asked to present your insights to the class.

Percentage	Assignment	Comments
100%	Final exam	The written exam will cover all class materials (readings, lectures, discussions, etc.) including cases discussed in class. It will be an in-class, closed-book, closed-computer, written exam and may consist of true/false and multiple choice questions. The exam will be printed in <u>English</u> .
Bonus	Participation & Extra	Bonus pts may be credited throughout the course, at the lecturer's discretion

הערכת הסטודנט בקורס והרכב הציון

* עפ"י תקנון האוניברסיטה תלמיד חייב להיות נוכח בכל השיעורים.
* תלמיד, הנעדר משיעור המחייב השתתפות פעילה או שלא השתתף באורח פעיל, רשאי המורה להודיע למזכירות כי יש למחוק את שמו מרשימת המשתתפים (התלמיד יחויב בתשלום בגין קורס זה).
לפחות בבחינה, סטודנט שייכשל בבחינה - ציונו 60 לפחות (בִּקְרָס) - הינו קבלת ציון 60 תנאי הכרחי לקבלת ציון עובר (הסופי בקורס יהיה ציון הבחינה).

כל אי עמידה במי ממטלות הקורס מחייבת הודעה מראש (במייל) למרצה ולמתרגל/ת הקורס

מדיניות שמירה על טווח ציונים

בחוג לניהול מונהגת מדיניות שמירה על טווח ציונים. מדיניות זו מתייחסת לממוצע הציונים הסופיים בקורס. מידע בנושא זה מתפרסם בהרחבה באתר החוג לניהול, בסעיף ציונים בתקנון.

הערכת הקורס ע"י הסטודנטים

בסיומו של הקורס הסטודנטים ישתתפו בסקר הוראה על מנת להסיק מסקנות לטובת צרכי הסטודנטים והאוניברסיטה.

אתר הקורס

אתר הקורס יהווה המקום המרכזי בו ימסרו הודעות לסטודנטים, לפיכך מומלץ להתעדכן בו מדי שבוע, לפני השיעור, ובכלל – גם בתום הסמסטר (לצורך תיאום עינייני הבחינה למשל).

שקפי הקורס יהיו באתר הקורס באתר. לתשומת לבכם - בכיתה ידונו גם נושאים (ובפרט דוגמאות) שאינם מופיעים בשקפים או מופיעים בכותרת בלבד. כל אלו הינם חלק בלתי נפרד מחומר הקורס.

תכנית הקורס *

	Subject	Readings (Due before class)
1	Introduction	Ch. 1
2	External Analysis	Ch. 2
3	Internal Analysis	Ch. 3
4	Competitive strategy: Cost Leadership, Differentiation, Competition Dynamics	Ch. 4 & 5
5	Corporate-level strategy: Diversification, M&A, Strategic Alliances	Ch. 6 & 7 & 9
6	International Strategy	Ch. 8
7	Innovation	Ch. 13

*התכנית הינה בסיס ונתונה לשינויים

קריאת חובה

Hitt, M., Ireland, D., and Hoskisson, R. 2011. Strategic Management: Concepts and Cases. Thomson. Case Studies for class discussion (To be determined)

קריאת רשות

Books

- Barney, J. B. 2014. Gaining and Sustaining Competitive Advantage. Pearson higher ed.
- Grant, R. M. 2016. Contemporary strategy analysis. John Wiley & Sons
- Hill, C. W., Jones, G. R., & Schilling, M. A. 2016. Strategic management: Theory & cases: An integrated approach. Cengage Learning.
- Rothaermel, F. T. 2018. Strategic management: concepts. Dubuque, IA: McGraw-Hill Education.

Articles

- Adner, R. 2006. Match your innovation strategy to your innovation ecosystem. *Harvard Business Review*, 84(4), 98.
- Barney, J. B. 1995. Looking Inside for Competitive Advantage. *Academy of Management Executive*, vol 9(4), pp. 49-61.
- Bower, J. L., & Christensen, C. M. 1995. Disruptive technologies: catching the wave. *Harvard Business Review*, 7(n1), 43-53.
- Jacobides, M. G., & Billinger, S. 2006. Designing the boundaries of the firm: From “make, buy, or ally” to the dynamic benefits of vertical architecture. *Organization science*, 17(2), 249-261.
- Kanter, R. M. (2006). Innovation: The classic traps. *Harvard Business Review*, 84(11), 72-83.
- Porter, M. E. 2008. The five competitive forces that shape strategy. *Harvard business review* 86.1: 78.
- Rumelt, R. 2011. The perils of bad strategy, McKinsey Quartlery: 1-10.