

Gestion de projet et des organisations (R1.08)

2022-2023

Enseignante: Olfa ISMAIL

Plan du cours

- Chapitre 1 : Entreprise : définitions et généralités
- Chapitre 2: La classification des entreprises
- Chapitre 3: Management des Hommes
- Chapitre 4 : Stratégie d'entreprise
- Chapitre 5: La Gestion des risques
- Chapitre 6: Introduction à la comptabilité

Chapitre 1: Entreprise : définitions et généralités

Qu'est ce qu'une organisation?

Trois grandes formes d'organisations

- **→**Entreprise :
- **→** Association :
- **→**Organisation publique :.



On se connait?

1- Faites des équipes de 4 à 5 personnes

NB: Essayer de garder la même équipe tout au long des séances

2-Chaque équipe choisi une couleur qui va représenter l'équipe

3-Exercice de communication: chaque membre de l'équipe se présente aux autres membres

Temps: 15 minutes

• Travail à faire: (1)

Utiliser internet pour répondre:

1-Qu'est ce qu'une entreprise?

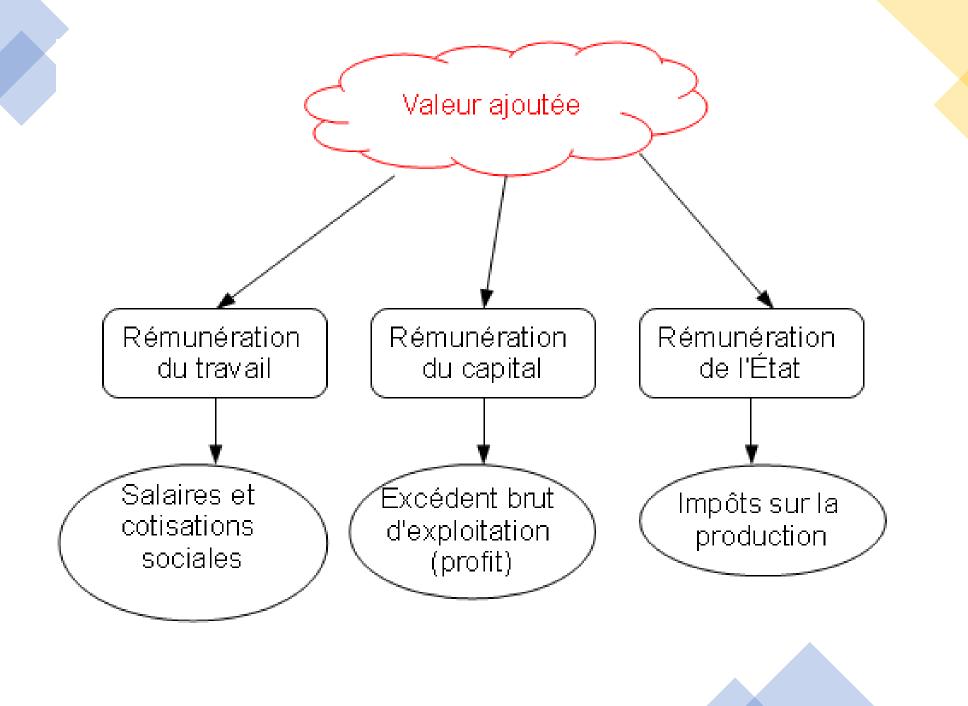
2-Existe-t-il des approches pour définir l'entreprise ? Quelles sont ces approches ? (Approches = différents points de vue)

- Temps de travail: 15 minutes
- Temps de réponse : 10 minutes

Il n'existe pas de définition universelle de l'entreprise, elle dépend de l'approche choisie:



A- Approche économique



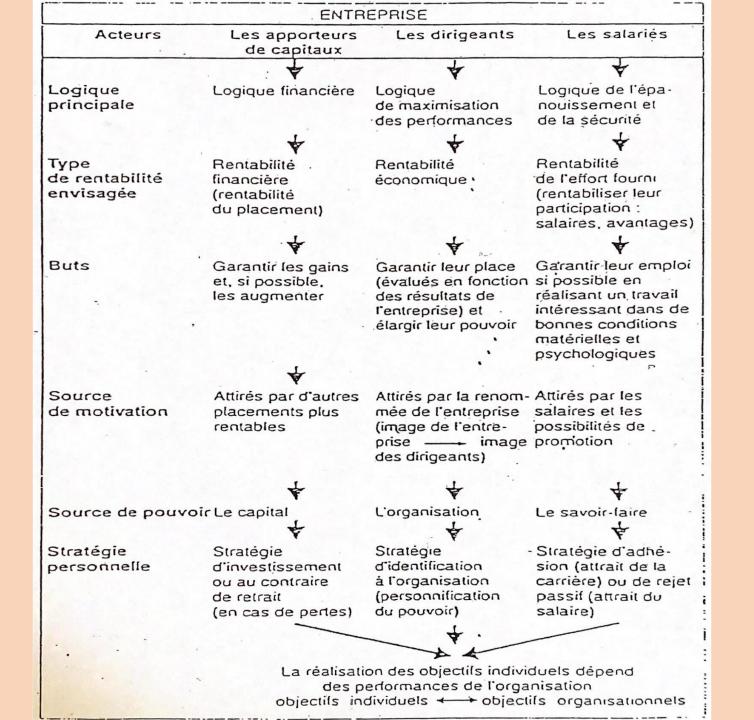
B- Approche sociologique

Selon l'approche sociologique, l'entreprise est constituée de 3 acteurs principaux :

Les apporteurs de capitaux

Les dirigeants

Salariés



C- Approche systémique

Microenvironnement (analyse sectorielle):

L'analyse sectorielle consiste à étudier les caractéristiques économiques et concurrentielles d'un secteur, d'une activité ou d'un marché en général:

- Concurrents
- Clients
- Fournisseurs
- Nouveaux entrants potentiels
- Produits de substitution (concurrents indirectes) (ex : table en bois, table en PVC).

Barrières d'entrées: les obstacles qui rendent difficile ou impossible l'implantation d'une entreprise sur un marché. Ces obstacles peuvent être financiers, marketing, réglementaires ou encore technologiques.

un **produit de substitution** est un bien qui peut être utilisé à la place d'un autre. : (CD/ cassette, farine de maïs/farine de blé).

Modèle de Porter



Macroenvironnement (analyse PESTEL) :

Désigne l'environnement général au sein duquel l'entreprise évolue

- Politique
- Economique
- Social
- Culturel
- Démographique
- Technologique
- Ecologie
- Légal (juridique)
- Ethique
- L'économie, le social, l'écologie forment le développement durable.



D- Approche marketing mix (ou marché)

• C'est une approche principalement centrée sur le client

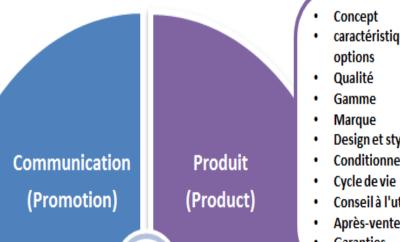
Marketing mix: C'est le dosage et la cohérence des 4 P

Travail à faire: (groupe)

- 1- Quelles différences entre: canal, circuit et réseau de distribution?
- 2- Quelles différences entre: distribution intensive, sélective et exclusive?

Temps de travail: 15 minutes

- Média: affichage, vidéos, presse, radios, télévision, Internet
- hors médias: sponsoring, mécénat, relations publiques, promotions des ventes, marketing direct



- · caractéristiques, fonctionnalités et
- Design et stylique
- Conditionnement et emballage
- Conseil à l'utilisation
- Après-vente
- Garanties

- Méthodes de vente
- Canaux de distribution
- Circuits de distribution
- Points de vente et zone de chalandises
- Stockage et entrepôts
- Marchandisage
- Moyens de transport
- Politique de distribution: intensive, sélective, exclusive ou franchises

Distribution (Place)

Prix (Price)

- Tarifs, remises, rabais
- Condition de paiement
- Condition de crédit
- Stratégie tarifaire: écrémage, de pénétration ou d'alignement