**Définitions** :

**Compétitivité**: capacité pour l’entreprise à tenir face à ses concurrents

**Décision** : ensemble des reformes prises par les organes principaux d’une entreprise en vue d’un bon fonctionnement de l’entreprise

**Environnement** : C’est l’ensemble des facteurs externes et internes qui ont une influence sur l’activité de l’entreprise.

**Innovation technologique** : L’innovation technologique est l’introduction sur le marché d’une nouveauté en matière de technologique. L’innovation technologique procure un avantage à l’entreprise.

**Logistique**: La logistique, c’est l’ensemble des moyens permettant d’assurer un meilleur transfert des flux de biens et services et ainsi que les flux d’informations concernant ces flux de biens et services d’un endroit à un autre (c’est-à -dire d’une entreprise à un autre).

**Firme multinationale** : L’entreprise multinationale est une entreprise dont le siège est localisé dans un pays et dont les activités s’étendent sur plusieurs pays voire le monde.

**Motivation** : stratégie de management qu’un dirigeant doit avoir afin d’encourager les employés

**Prix** : rapport d’échanges entre un bien ou services et la monnaie

**Qualité** : capacité du produit à satisfaire les clients

**Segmentation de marché** : La segmentation, c’est la subdivision du marché en plusieurs groupes en fonction des spécialités (sexe, âge, la race, la classe sociale, etc.)

**Marketing** : ensemble des moyens techniques et financiers mise en œuvre par l’entreprise afin de créer le marché et pour satisfaire la clientèle.

**Marketing direct** : C’est l’action de marketing qui s’adresse personnellement à un consommateur et le pousse à agir par une réponse directe.

**Productivité** : C’est la quantité de produits réalisés par facteurs de production

**Effet d’expérience** : ‘’ L’effet d’expérience, c’est le fait que par l’acquisition d’expérience, l’entreprise réduit ses coûts de production grâce à la maitrise des procédés de fabrications’’.

**Marché de l’entreprise** : Le marché désigne l’ensemble des clients potentiels d’une entreprise ou d’un produit.

**Concurrence** : présence simultanée de plusieurs entreprises agissant de façon rivale sur un même marché.

**L’organisation de l’entreprise** : c’est la manière dont celle-ci utilise ses moyens financiers, matériels et humains pour atteindre un objectif. Elle désigne aussi la mise en œuvre des méthodes et techniques pour la gestion optimale de ses ressources. L’organisation est pratique, elle est distincte de la structure.

**Veille technologique** : C’est l’aptitude d’une entreprise à être à l’écoute, à s’informer de manière permanente sur l’évolution de la technologie.

**Information** : Une information est un signal, un message ou une perception adressée à un être vivant ou une machine, c’est-à-dire un automate (automatique, un robot) et qui produit un effet sur son comportement ou sur l’état de sa connaissance.

**L’effet de progrès technique :** L’effet de progrès technologique, c’est le fait que l’entreprise profite de l’évolution des techniques de production pour améliorer sa production en termes de quantité, de qualité et de coût prenant ainsi une avance sur ses concurrents.

Connaissances en EE

**Décentralisation du pouvoir dans l’entreprise** : processus de transférer et d’affecter l’autorité de prise de décision à des niveaux inférieurs d’une hiérarchie organisationnelle.

Déconcentration : forme la plus faible de la décentralisation. L’autorité prise de décision est redistribuée aux niveaux inférieurs.

Délégation : forme plus étendue de décisions transférées aux organes semi autonomes pas complétement maintenus sous contrôle de l’organisation centrale.

Deleguation : l’autorité pour la prise de décision est complètement transférée aux unités autonomes.

\*phase d’évaluation dans le processus de prise de décision : le plan d’exécution est évalué, les risques d’échec sont évalués, les contraintes et conditions d’application ont été correctement précisé, les facteurs de suces sont identifié

\*Dans un contexte de crise poste électorale quelles que soient l’actions mener vis-à-vis de son personnel pour plus d’efficacité et de motivation

**a) La promotion au coup par coup**

Il s’agit pour l’entreprise de promouvoir le personnel au fur et à mesure que les besoins de présentent.

**b) La promotion organisée**

Par ce type de promotion, l’entreprise organise la promotion de ses employés dans le cadre de la politique générale de l’entreprise et suivant le plan de développement de l’entreprise. Ce type de promotion est planifié par l’entreprise

\*Processus de production continue

Dans ce cas les opérations techniques de fabrication sont insécables (pas séparables). On ne peut interrompre leur succession. Ce type d’organisation se caractérise par un flux important et régulier de matières entrant dans un système et subissant des transformations successives et continues.

\*En quoi la veille technologique peut être source de compétitivité pour l’entreprise ?

Par la veille technologique, l’entreprise a accès aux informations sur les nouvelles technologies dont elle peut se souvenir pour améliorer la qualité de ses produits, la productivité et les coûts de production.

Elle permet à l’entreprise d’être en avance sur la concurrence en matière d’opportunité permettant d’améliorer son rendement et d’être compétitive.

\*Cite les Styles de commandements dans l’entreprise. A quels types d’entreprises s’adaptent-il ? quels en sont ces avantages ?

Il existe deux types de styles de commandements :

- Les styles traditionnels de commandement

- Les styles modernes de commandements

**1. Les styles traditionnels de commandements**

**a- Le style autocratique**

décisions aux travailleurs. Ses travailleurs vivent sous crainte du chef dont ils ont peur des représailles.

**b- Le style paternaliste**

Le chef est considéré comme un chef de famille qui les protège et qui en même temps les punit quand cela est nécessaire.

**c- Le style bureaucratique**

Les décisions sont exécutées de manière hiérarchisée depuis la direction jusqu’au travailleurs. Ils sont tenus respecter les statuts et les règlements intérieurs. Les travailleurs sont ici trop éloignés de la direction, ils sont C’est un style caractérisé par la domination écrasante du chef très autoritaire et qui impose ses contraints d’exécuter les ordres sans pouvoir apporter leur appréciation.

**2. Les styles modernes de commandements par adhésion**

Les responsables décident en concordance avec les salariés, ce qui signifie que les travailleurs sont associés aux décisions. Cette forme de commandement se rencontre de plus en plus dans les entreprises d’aujourd’hui.

**a) Le style théocratique**

C’est le style dans lequel on a la connaissance des dirigeants salariés avec un pouvoir légitimé par leur compétence. Les cadres participent au pouvoir de décision

**b) Le style démocratique**

Dans ce style, le pouvoir de décision est légitimé par la base au moyen d’élection des dirigeants ou par la participation de la base selon les décisions, les formules variées

\*La franchise peut été être un moyen d’accès au marché extérieur pour les entreprises africaines ? citez deux avantages de la franchise :

La franchise est un contrat par lequel une entreprise appelée franchiseur donne l’autorisation à une entreprise appelée franchisée d’exercer sous son contrôle une activité qui lui revient de droit. On distingue :

***Avantages et inconvénients de la franchise***

**Pour le franchiseur**

***Avantage :***

- Possibilité de mise en place rapide d’un réseau de distribution

- Possibilité d’occupation de part de marché

***Inconvénient***

- Faible autorité sur la franchise contrairement au gérant.

***Pour le franchisé***

Avantages : installation d’une activité à partir de fond modeste. Acquisition de notoriété liée à la marque bénéfice l’expérience du franchiseur et des autres franchisés de la chaîne.

Inconvénients : soumission à la contrainte liée à la politique commerciale du franchiseur

\*Donnez deux objectifs de la politique de formation pour ‘entreprise et pour l’employé. La formation permet à l’entreprise d’adapter sa main d’œuvre aux techniques, tactiques qui s’imposent à elle.

La formation continue permet à l’entreprise de pallier aux insuffisances de ses employés liés à l’évolution technologique qui rend obsolète nombre de qualification. Tout travailleur a besoin dans le cadre de sa carrière professionnelle, de se former en vue d’accroître ses connaissances théoriques, de les approfondir ou d’acquérir d’autres qualifications.

La formation professionnelle constitue pour le travailleur, un moyen d’accéder à des postes de responsabilité plus élevé

***\*LES ETAPES DU CYCLE DE VIE DU PRODUIT***

***a- La phase de recherche et développement***

C’est la phase de conception du produit, c’est-à-dire la mise en place de la technologie et des procédés de fabrication du produit. Elle aboutisse à la naissance du produit.

***b- La phase de lancement***

Elle correspond à la mise sur marché du produit. A cette étape, les ventes sont relativement faibles et ne coure pas les investissements. La rentabilité est négative.

***c- La phase de croisement ou de développement***

A cette étape, le produit accroit son marché, les ventes augmentent et de manière rapide et ceux grâce à l’action commerciale. La rentabilité devient positive et s’accroit.

***d- La phase de maturité***

A cette étape, on assiste à un ralentissement de la croissance des ventes qui finissent par devenir constante car le produit cesse d’être attrayant et il apparait des produits concurrents (produits d’imitation aux produits de substitution).

A cette phase, l’entreprise est amenée à faire des actions de production pour que le produit vive le plus longtemps possible.

***e- La phase de déclin***

A cette phase, on assiste à une baisse de progrès sur les ventes qui baissent et finissent par devenir nul. La rentabilité diminue petit à petit, le produit est remplacé par de nouveaux produits mieux adaptés à la nouvelle demande. L’entreprise abandonne sa production.

Le cycle de vie du produit à une longueur variable :

- Très long pour les produits industriels et les matières de base.

- Très court pour les produits de mode.

**\*Les étapes du cycle de vie technologiques**

**a- La mise au point de la technologie**

Cette étape correspond au démarrage des activités. Elle exige de gros investissements notamment en matière de recherche et de développement. A cette étape, les résultats des activités sont moindre et parfois nuls ou négatifs. (**Les technologies émergentes)**

**b- L’industrialisation**

C’est la phase de croissance. A cette phase, les investissements sont réduits et l’on assiste à des gains de productivité qui s’accroissent dans le temps grâce à la maitrise de la technologie. On assiste à l’apparition de la concurrence de l’imitation. (**Les technologies clés)**

**c- La maturité de technologique**

A cette étape, l’on assiste à une maitrise des procédés et des coûts.

L’entreprise doit songer à des technologies de substitution (pour une différenciation d’avec la concurrence) pour éviter une baisse de la production à cause de la concurrence.

**(Les technologies de bases)**