**Université de Limoges**  
**IUT du Limousin – Département Informatique**  
**Ressource R1.08 : Introduction à la Gestion des Organisations**  
**Contrôle Continu**

**Groupe T3**

Nom de l'étudiant :

**Partie 1 : Questionnaire à Choix Multiples (QCM)**

**Instructions :**

Pour chaque question, choisissez la réponse correcte parmi les options proposées.

Certaines questions n'ont qu'une seule réponse correcte. D'autres peuvent avoir plusieurs réponses possibles, il est donc important de cocher toutes les réponses qui vous semblent correctes pour obtenir le point complet.

1. Qu'est-ce qu'un marché potentiel dans le contexte d'une entreprise ?
   * a. La totalité du marché disponible que l'entreprise souhaite atteindre.
   * b. Le segment du marché que l'entreprise a déjà capturé.
   * c. Les concurrents directs de l'entreprise.
2. Quelle est la définition du taux de pénétration de marché ?
   * a. Le pourcentage du produit vendu par rapport aux produits disponibles sur le marché.
   * b. Le pourcentage du marché potentiel que l'entreprise a réussi à convertir en clients payants.
   * c. La différence entre les clients potentiels et les non-consommateurs relatifs.
3. Lesquels des suivants sont des exemples de non-consommateurs absolus pour une entreprise de logiciels ?
   * a. Les utilisateurs qui n’ont pas accès à Internet.
   * b. Les entreprises qui utilisent déjà un produit concurrent.
   * c. Les personnes qui ne sont pas au courant du produit.
4. Qu'est-ce qu'une étude de marché quantitative ?
   * a. Une méthode qui utilise des données numériques pour analyser le comportement du marché.
   * b. Une méthode qui se concentre sur l'exploration des attitudes et opinions des consommateurs.
   * c. Une technique utilisée pour identifier les nouveaux marchés potentiels.
5. Pourquoi est-il important de réaliser une étude de marché qualitative ?
   * a. Pour quantifier le nombre de clients potentiels dans un marché donné.
   * b. Pour comprendre en profondeur les motivations, les attitudes, et les besoins des consommateurs.
   * c. Pour calculer le retour sur investissement des campagnes publicitaires.

6. La structure matricielle combine :

* a) La structure divisionnelle et fonctionnelle
* b) La structure hiérarchique et fonctionnelle
* c) La structure par produit et par géographie
* d) La structure fonctionnelle et par projet

1. Un avantage de la structure matricielle est :
   * a) Une hiérarchie simplifiée
   * b) Une meilleure gestion des projets transversaux
   * c) Un contrôle centralisé
   * d) Une indépendance accrue des équipes
2. Un inconvénient majeur de la structure matricielle est :
   * a) La rigidité dans la gestion des projets
   * b) Le manque de spécialisation fonctionnelle
   * c) La confusion due à la double hiérarchie
   * d) Le coût élevé de coordination
3. Comment peut-on définir la segmentation du marché ?
   * a) Le processus de différenciation d'une marque
   * b) La division du marché en groupes distincts de consommateurs avec des besoins spécifiques
   * c) La décision d'achat d'un consommateur
   * d) La phase de satisfaction après l'achat
4. Les principales variables du processus d’achat du consommateur sont :
   * a) Les stimuli
   * b) Les variables individuelles
   * c) Les variables normales
   * d) Les variables environnementales
5. Un groupe d’appartenance est un ensemble de personnes qui exerce une influence directe ou indirecte sur le comportement d’un individu ?
   * a) Vrai
   * b) Faux
6. La segmentation d’un marché repose sur :
   * a) Des critères psycho-sociologiques
   * b) Des critères socio-démographiques
   * c) Des critères situationnels et comportementaux
   * d) Des critères abductifs
7. Une société qui compte 2 500 employés est classée comme :
   * a. Une micro-entreprise
   * b. Une petite entreprise
   * c. Une moyenne entreprise
   * d. Une grande entreprise
8. Une entreprise qui réalise un chiffre d'affaires annuel de 1.5 million d'euros est classée comme :
   * a. Une micro-entreprise
   * b. Une petite entreprise
   * c. Une moyenne entreprise
   * d. Une grande entreprise
9. Une société anonyme (SA) est caractérisée par :
   * a. La responsabilité illimitée des actionnaires
   * b. Un capital social divisé en actions
   * c. Une gestion assurée uniquement par les fondateurs
   * d. L'impossibilité de vendre ou transférer les actions
10. Quelle est l’une des principales caractéristiques d’une Société à Responsabilité Limitée (SARL) ?
    * a. Le capital social est librement transférable entre les actionnaires
    * b. Les associés sont responsables uniquement à hauteur de leurs apports
    * c. Le nombre d'associés est illimité
    * d. Une SARL doit être cotée en bourse
11. Une entreprise qui produit des voitures et qui est divisée en départements "Commercial", "Production", "Finance", et "R&D" suit une structure :
    * a) Fonctionnelle
    * b) Divisionnelle
    * c) Hiérarchique
    * d) Matricielle
12. Si une entreprise possède des divisions géographiques (Europe, Amérique, Asie) et produit des biens adaptés à chaque marché local, elle a probablement une structure :
    * a) Fonctionnelle
    * b) Divisionnelle
    * c) Hiérarchique
    * d) Matricielle
13. Dans une entreprise de construction adopte une structure fonctionnelle avec des départements distincts pour la gestion des projets, les finances et les ressources humaines. Chaque projet est long et nécessite l'intervention de plusieurs départements. Cependant, il arrive souvent que les projets soient retardés en raison d'un manque de coordination entre les différentes fonctions. Quel changement pourrait améliorer cette situation ?
    * a) Adopter une structure matricielle pour une meilleure coordination
    * b) Réduire la taille de l'entreprise pour simplifier les processus
    * c) Mettre en place une hiérarchie plus stricte entre les départements
    * d) Fusionner les départements en une seule grande unité

**Partie 2 : Études de Cas**

**Instructions :**  
Cette section comprend **deux études de cas indépendantes**. Vous pouvez traiter chaque cas séparément, car les situations sont différentes. Pour chaque cas, analysez la situation en répondant aux questions de manière complète et précise. Justifiez vos réponses en utilisant des concepts étudiés en cours et des exemples pertinents.

**Cas 1 : TechInnova – Gestion des Revendications Syndicales**

**Contexte :** La direction de TechInnova doit gérer les revendications syndicales tout en maintenant une organisation efficace et en évitant des perturbations supplémentaires dans la production.

**Questions :**

1. Quel est le rôle des syndicats dans une entreprise comme TechInnova, et comment influencent-ils la structure de l’entreprise ?
2. Quels peuvent être les impacts des conflits entre la direction et les syndicats sur l’organisation de l’entreprise ?
3. Quelles solutions la direction pourrait-elle adopter pour mieux intégrer les revendications syndicales tout en maintenant une structure organisationnelle efficace ?

**Cas 2 : AutoMécanique – Conflits Syndicaux et Productivité**

**Contexte :** AutoMécanique, une entreprise de fabrication automobile, fait face à des revendications syndicales concernant les conditions de travail et les salaires. Ces revendications ont conduit à des grèves sporadiques affectant la production.

**Questions :**

1. Comment les revendications syndicales peuvent-elles affecter la structure organisationnelle d’AutoMécanique ?
2. Quels sont les risques pour l’entreprise en cas de conflits prolongés avec les syndicats ?
3. Proposez des stratégies que la direction pourrait mettre en place pour résoudre les conflits syndicaux tout en préservant l’efficacité opérationnelle.

**Vous avez tout ce qu'il faut pour réussir ! Donnez le meilleur de vous-même, gardez confiance, et lancez-vous. Bon courage, vous pouvez y arriver !**

*Adil Arnaud Aharbil*