



TD1 : L'entreprise Corrigé

Réponses :

1. L'entreprise :

Q1- C'est une unité de production qui met sur le marché des produits pour satisfaire les besoins des consommateurs, et c'est une unité de répartition de richesse. La richesse est créée par la vente des biens et services lui permettant de payer ses employés, l'état, ses charges et les cotisations, ses associés (bénéfices), etc.

Q2- L'entreprise est autonome car elle possède son financement, un statut juridique, et elle décide de son activité et de son développement ainsi que sa gestion.

Q3- (ceux marqué en bleu assurent du service non marchand et marchand)

ETUSA, Consulat de France, Une épicerie, TLS Contact, Croissant rouge, Algérie-Poste, BoulabBoulon, ENTV, Le lycée International Alexandre Dumas (Ben Aknoun), BEA, ZARA, Théâtre National d'Alger, ANEP, CERIST, L'hôpital, L'école, Une exploitation agricole, Starlight,

Q4-3 et 4

organisation	Type/ propriété	Type/ secteur d'activité	Type/taille	Produit/service	type
ETUSA	Publique	Tertiaire	Grande entreprise	Transport	Service de transport marchand
Consulat de France	Administration publique	Tertiaire		assistance à tous les ressortissants français et délivrance de visa pour les autres	Service marchand pour les non français Service non marchand pour les ressortissant français.
Une épicerie	Privé	Tertiaire	Micro-entreprise	Alimentation	Biens de consommation non durables
TLSContact	Privé	Tertiaire	Très grande entreprise (multinationale)		
Croissant rouge					
Algérie poste	Publique	Tertiaire	Très grande entreprise		
BoulabBoulon	Privé	Tertiaire	Petite entreprise	Boulons de différentes gammes	Biens de production
ENTV	Publique	Quaternaire	Très grande entreprise	Publicité, Films, documentaires,	Service non marchand – Loisir Service marchand



				news...	
Lycée Alexandre Dumas	Privé	Tertiaire	Moyenne entreprise	Etudes	Service marchand
BEA	Publique	Tertiaire	Très grande entreprise	Gestion de comptes, épargne, prêts	Service non marchand (comptes courants) Services marchands
ZARA	Privé	Tertiaire	Très grande entreprise (multinationale)	Vêtements, chaussures...	Biens consommable, semi-durable
Théâtre	Privé	Quaternaire	Moyenne entreprise	Pièces théâtrale	Service marchand
ANEP	Publique	Quaternaire	Très grande entreprise	Publicité avec différents supports	Service marchand
CERIST	Publique	Quaternaire	Grande entreprise	Accès aux bibliothèques internationales, internet, formation...	Service marchand
L'hôpital	Administration Publique	Tertiaire	Très grande entreprise	Soins médicaux	Service non marchand
L'école	Administration Publique	Tertiaire	petite /moyenne entreprise	études	Service non marchand
Exploitation agricole	Privé	Premier	Dépend	Produits agricoles	Biens de consommation non durable
Starlight	Privé	Secondaire	Très grande entreprise	Electroménagers	Bien de consommation durables

2. Les facteurs de production :

Q1- L'industrie automobile mobilise le facteur travail (main d'œuvre qui est en charge du montage, l'assemblage et les finitions) ,le facteur travail est caractérisé par le nombre de travailleurs, durée annuelle du travail, qualification des travailleurs) et le facteur capital qui comprend le capital fixe (investissement en bâtiments, machines, biens d'équipement d'une durée de vie supérieure à 1 an) et le capital circulant (les consommations intermédiaires).

Q2- L'industrie automobile a procédé à une « substitution du facteur travail (main d'œuvre) » en remplaçant une partie de ses travailleurs par des machines automatiques programmables pour la fonderie, la peinture, emboutissage, soudure,...afin de diminuer ses coûts salariaux

3. L'environnement : (Travail en groupe)

Q1-

Agent économique de l'environnement	Son rôle vis-à-vis de l'entreprise / nature du flux	Exemple d'impact positif et/ou négatif et/ou les deux
Clients	<ul style="list-style-type: none"> - Exprime des besoins en biens et services, veulent avoir des produits de qualité et moins chers - Flux physique et financier et d'information 	<ul style="list-style-type: none"> - (+) source stable de revenu (clients fidèles), poussent l'entreprise vers l'excellence (qualité du produit, niveaux de prix) - (+) avantages pour les clients fidèles (réduction, cadeaux, ...)
Fournisseurs	<ul style="list-style-type: none"> - Fournissent à l'entreprise la matière première - Flux physique et financier et d'information 	<ul style="list-style-type: none"> - (+) source stable de matières premières, avantage sur les prix, - (-) peuvent être une force et une menace (exclusivité → prix plus chers) - (+) l'entreprise peut être une source d'emploi, de création de nouvelles entreprises,
Banques	<ul style="list-style-type: none"> - Fournissent les capitaux financiers, services (comptes, transfert d'argent, ...) - Flux financier et d'information 	<ul style="list-style-type: none"> (+) source de financement - (-) l'endettement peut être fatal
Etat	<ul style="list-style-type: none"> - Lois, taxes - Flux d'information 	<ul style="list-style-type: none"> - (+) avantages fiscaux, subvention, disponibilité de l'infrastructure (transport) - (+) contribution dans l'économie du pays et son développement, création d'emploi
Concurrents	<ul style="list-style-type: none"> - Dynamise le marché : nouvelles offres, marketing intensif, prix abordables, ... - Aucun flux 	<ul style="list-style-type: none"> - (+) Pousse l'entreprise à rester en veille, à l'innovation, à la performance, ... - (-) peut carrément couler (produit, prix, offre globale, ...)
Environnement économique	<ul style="list-style-type: none"> - emploi, la croissance, les prix - flux d'information 	<ul style="list-style-type: none"> - (+/-) pousse l'entreprise à s'adapter - Impacte (+/-) l'économie du pays (suppression ou augmentation de l'emploi)
Environnement	<ul style="list-style-type: none"> - Régule la concurrence, le marché, nouvelles taxes, impôts, ... - Flux d'information 	<ul style="list-style-type: none"> - (-) nouveaux impôts, taxes, durcissement de l'importation, ... - (+) facilités d'importation, d'investissements, ... (ansea)



juridique		
Environnement		
Technologique	<ul style="list-style-type: none">- Nouveaux produits, recherche et développement- Flux d'information	<ul style="list-style-type: none">- (+) l'innovation, effet sur l'économie locale (nouveau produit),- (-) l'entreprise peut être dépassée



TD2 : L'entreprise – Corrigé

Q1-

- **Type de structure** : Divisionnelle avec un fonctionnement hiérarchique
- **Caractéristiques** :
 - Découpage par produit, chaque usine est spécialisée dans la fabrication d'un produit particulier,
 - Les usines ne sont pas totalement indépendantes vu que le chef d'entreprise supervise personnellement les usines et la direction finances est sous l'autorité directe du chef d'entreprise,
- **Types de liens** :
 - Liens hiérarchiques entre le chef d'entreprise et les usines, dans chaque usine, et entre la direction finances et la comptabilité, la comptabilité et les achats
 - Liens de conseil entre le chef d'entreprise et l'assistant, ainsi que avec la direction finance
- **D'autres types de liens** : il semble avoir un lien fonctionnel entre la direction finance et les usines, puisque les achats sont sous l'autorité de la direction Finances.

Q2-

- La fourniture des matières premières est du ressort du service Achat.
- La fonction Achat est sous l'autorité de la comptabilité qui elle-même est sous l'autorité de la direction Finance, avec cette organisation la fonction achat n'a pas l'importance qu'il faut, or la fonction Achat doit travailler en étroite collaboration avec les directions « production » des usines. Aussi, il semble qu'elle ne compte que deux employés pour l'achat de matières premières (produits finis différents) différentes pour les trois usines, ce nombre semble insuffisant. Par ailleurs, si le processus de commande suit la hiérarchie verticale (du chef de l'usine vers le chef d'entreprise ensuite vers finance-comptabilité et vice-versa), c'est normal que la livraison des matières premières soit en retard. Conclusion : la fonction achat n'est pas à sa place, aussi il faut regarder la qualification des acheteurs et leur nombre.

Q3-

- La société doit se restructurer en Divisionnelle, en décentralisant la fonction achat au niveau des usines de façon à ce qu'elle soit sous l'autorité du chef d'usine à l'instar des fonctions production et vente. Aussi, pour une meilleure efficacité, et puisque les usines fabriquent des produits différents, les acheteurs doivent se spécialiser dans les matières premières de chaque produit, la société doit recruter et former ces acheteurs. Des liens fonctionnels de coordination doivent exister entre les trois fonctions : achat, production et vente afin d'éviter tout retard.



Avantages et Inconvénients des différents types de structures

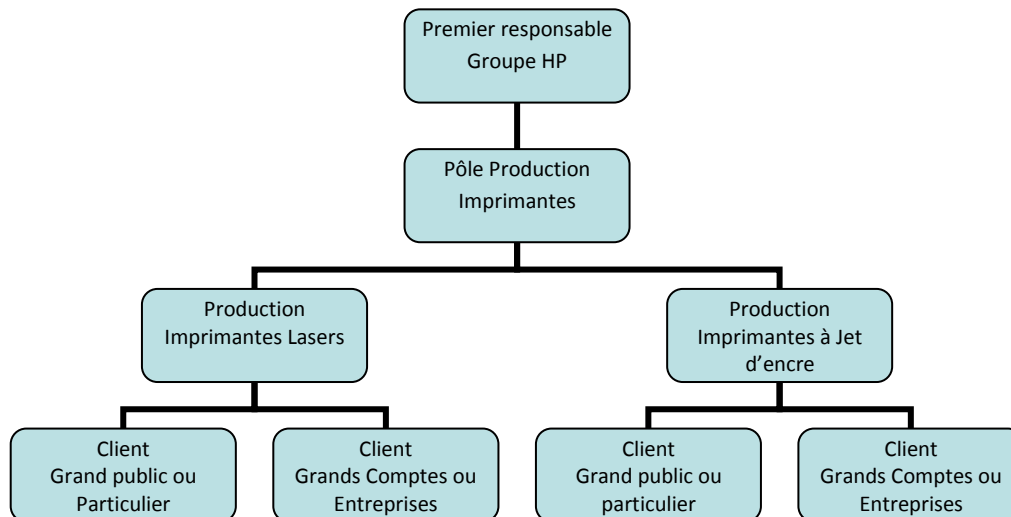
Type de structure	Avantages	Inconvénients
Hiérarchique	<ul style="list-style-type: none">- structure simple,- facile à mettre en place,- claire où chacun connaît exactement son rôle.- C'est une structure qui permet une définition précise de l'autorité.	<ul style="list-style-type: none">- Rigide (ne s'adapte pas facilement à l'environnement),- Décisions peuvent être lentes (plusieurs niveaux),- Risque de déformation de la décision (surtout lorsqu'il est oral),- Risque de cloisonnement (informations circulant top-down)
Fonctionnelle	<ul style="list-style-type: none">- même avantages que la hiérarchique	<ul style="list-style-type: none">- Assez rigide (ne s'adapte pas facilement à l'environnement lorsqu'elle n'est pas par produit ou marché),- La centralisation au niveau de la direction générale risque de la surcharger et rend le personnel encadré (ne peut agir)- Le cloisonnement des fonctions peut impacter la performance de l'entreprise
Divisionnelle	<ul style="list-style-type: none">- La responsabilité est bien définie au niveau de chaque division- L'utilisation des compétences et du matériel est généralement optimale- Le contrôle des objectifs tracé à chaque division se fait d'une manière facile et avec une plus grande efficacité.- S'adapte facilement à l'environnement (suppression ou ajout de division sans perturbation)- recentrage sur les activités de base de l'entreprise lui permet d'optimiser ses coûts	<ul style="list-style-type: none">-Risque de gaspillage à cause de la duplication des tâches concernant les fonctions support (finance, GRH, Administration...)- Risque de perte de tout contrôle de la direction dans le cas où les divisions sont totalement autonomes.
Matricielle	<ul style="list-style-type: none">- C'est une structure qui est adaptée à une gestion par produit ou par marché,- Permet de profiter des compétences de deux responsables.- s'adapte parfaitement aux changements stratégiques. L'abandon définitif d'un projet n'a en principe aucune répercussion sur le fonctionnement des entités en place.- développe la concurrence entre les chefs de projet.	<ul style="list-style-type: none">- Risque de coordination difficile des projets,- Risque de conflits entre les différents chefs de projet ou entre ceux-ci et les différentes directions,- selon Mintzberg, cette structure ne permet pas aux individus de connaître avec précision la répartition du pouvoir.

TD3 : L'entreprise - Corrigé

1^{er} Cas : Réorganisation du pôle imprimante de Hewlett-Packard¹



Q1- Dessinez la première organisation du pôle imprimante de HP ?



➤ De quel type est cette structure ? Structure divisionnelle par produit / client (marché)

Q2- Quels sont les problèmes générés par cette organisation ? et pourquoi ?

- La spécialisation par ligne de produit a conduit que la division « Imprimantes Laser » se concentre sur les entreprises, car celles-ci ne s'intéressent pas aux imprimantes à jet d'encre (non performantes) et vice-versa pour les jets d'encre ;
- Les imprimantes laser produites et destinées aux particuliers ne se vendaient pas (prix élevé pour les particuliers), et vice versa pour les imprimantes à jet d'encre qui ne se vendaient pas aux entreprises car elles ne sont pas adaptées à cause de leur performance.
- La difficulté d'intégrer les ventes des deux matériels, car le mode de fonctionnement de la structure divisionnelle se caractérise par l'indépendance de la division, et par conséquent le cloisonnement des deux divisions l'une par rapport à l'autre.

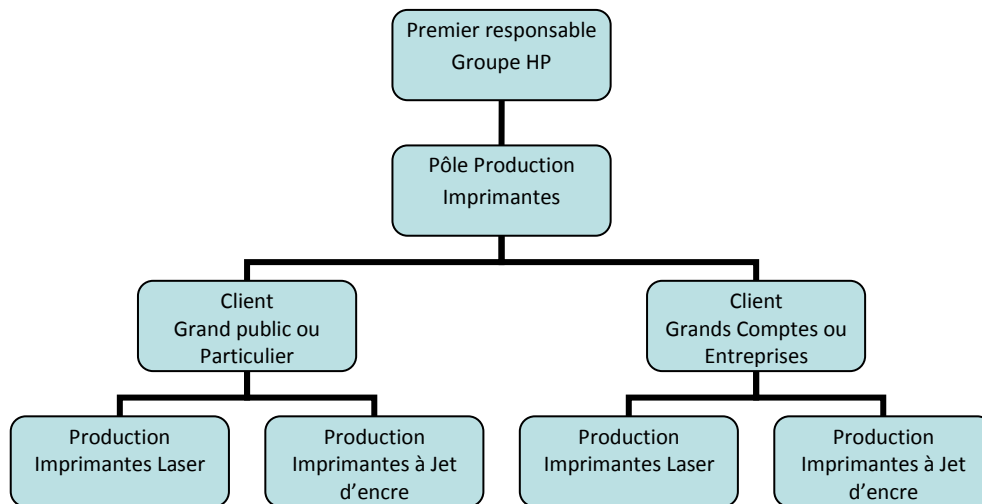
Q3- Que conseillez-vous comme nouvelle organisation du pôle imprimante de HP ?

➤ Première proposition :

- Une structure divisionnelle orientée client : client Grands Comptes et client Grand public ; Chaque division sera une structure fonctionnelle orientée produit (jet d'encre et laser). La spécialisation sera orientée client, et donc la production sera poussée par les besoins des marchés.

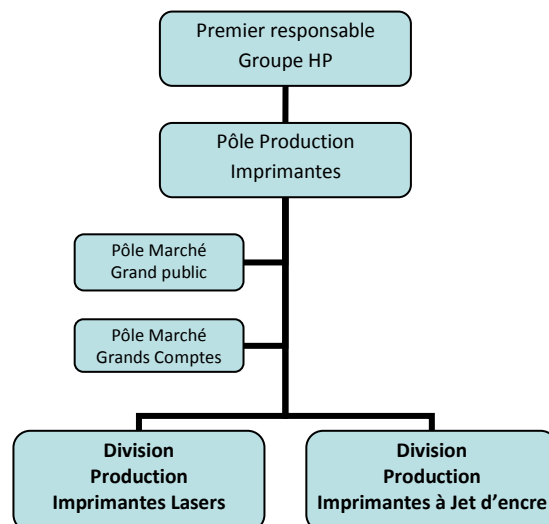
¹ Adaptation de source : site de HP.

- Cette solution risque de créer encore un cloisonnement, cette fois-ci entre les lignes de produit, sauf si les lignes de produits sont conformes aux besoins des marchés (ceci dépend de l'outil de production et son degré d'adaptation)



➤ **Deuxième proposition :**

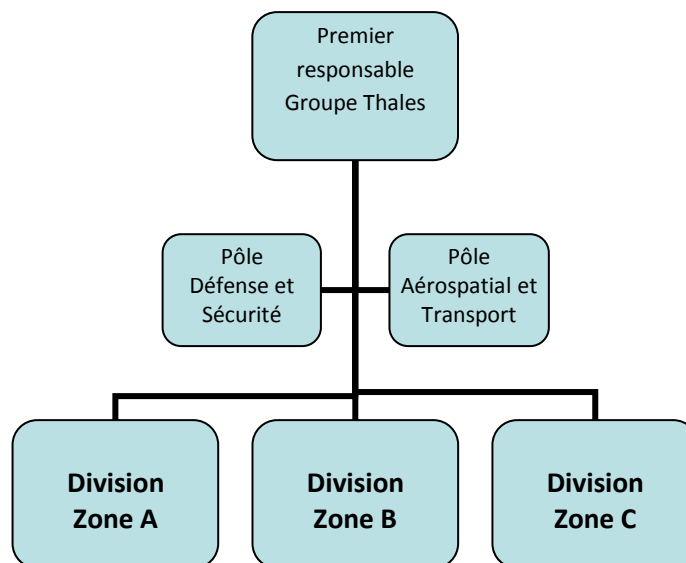
- Une structure divisionnelle par ligne produit avec deux pôles (pôle grand compte et pôle Grand public) qui vont jouer le rôle de conseil auprès du pôle Imprimante. Ces pôles seront chargés de définir les stratégies de marché, de la politique produit et de la, dans le respect des objectifs de rentabilité à long terme fixés par le pôle et le Groupe (cas de Thales).





2^{ème} Cas : THALES²

Q1- Quelle structure organisationnelle a adopté Thales ? Structure divisionnelle orientée régions géographiques (marché) **Pourquoi ?** pour simplifier son fonctionnement, favoriser les synergies transversales et la réactivité commerciale, et d'améliorer les performance. Les divisions par marché vont avoir la liberté et la flexibilité de développer l'entreprise dans chaque région, c'est l'intérêt de la structure divisionnelle, la transversalité est assurée par la fonction des deux pôles qui régulent l'activité commerciale à l'échelle mondiale, i.e. pour toutes les zones.



Q2- Quel est le rôle des deux pôles ? C'est un rôle de conseil et de régulateur ou d'état-major, c'est ces deux pôles qui vont garantir la transversalité et la coordination entre les différentes zones de marché pour faire respecter les stratégies commerciales et les objectifs du groupe.

² Adaptation de examen d'Economie et Organisation des Entreprises, de l'IUT, université de Strasbourg et du site de Thales.



TD3 : Le Système d'information

Objectifs : Cette séance de TD a pour but de s'assurer des acquis de l'étudiant sur les notions de système d'information, ses différents types et son rôle au sein de l'entreprise.

Premier cas : Ski Rossignol¹

D'avril à fin juillet, 40 commerciaux Rossignol et Dynastar sillonnent la montagne pour vanter les mérites des 20 000 références du groupe. Equipés d'un ordinateur portable et d'une gestion commerciale, ils disposent de fiches clients et produits et de données statistiques pour se différencier de leurs concurrents. A la fin de la journée, ils envoient leurs rapports de visite au siège depuis leur chambre d'hôtel via internet (Réseau Privé Virtuel). Les données de la gestion commerciale sont ainsi mises à jour en permanence sur deux BDD l'une à Voiron pour Rossignol, et l'autre à Sallanches pour Dynastar.

La qualité et la rapidité des échanges entre les commerciaux et le siège constituent des facteurs clés de succès pour l'entreprise. Elles reposent sur deux contraintes techniques : maintenir facilement les postes distants et synchroniser régulièrement les données. L'application "force de vente" nécessite en effet une mise à jour quotidienne.

Q1- De quelles parties du SI s'agit-il ? (*Approvisionnement, Gestion des stocks, Gestion des Ressources Humaines, Gestion de la Relation Client, Gestion de la Production, Comptabilité, Ventes, Logistique, etc.*)

-Gestion commerciale et force de vente. La différence : une gestion commerciale (prospection, commande, livraison et facturation) peut être complétée par une CRM (gestion de la relation client) appelée ici force de vente.

Q2- Dans chacun des SI de ces entreprises, quelles sont les données entrantes (saisies par un utilisateur ou reprises d'un autre système), les traitements et les données sortantes (ou résultats) ?

Dans ce cas les données et traitements ne sont pas mentionnés, mais il faut montrer aux étudiants des exemples.

Données en entrée :

- rapports de visites : les clients visités, leurs préférences, les produits vendus
- Commandes des clients (client, produit commandé, quantités)

Traitements :

Mise à jour des applications et leur synchronisation

Données sortantes :

statistiques et fiches produit et client.

Q3- Comment le SI ajoute-t-il de la valeur à chacune de ces entreprises ?

La valeur ajoutée du SI consiste en le support du SI dans la rapidité des échanges entre les commerciaux pour réagir rapidement aux besoins des clients, ceci est permis par la possibilité de mettre à jour quotidiennement les deux BDD et leur synchronisation.

Deuxième cas : Mercedes-Benz

¹ Indexel - Le site des décideurs informatiques, 1 Avril 2003



Mercedes-Benz est une marque de voitures de luxe qui jouit d'une importante clientèle fidèle. L'entreprise évolue dans un marché très concurrentiel où ses principaux concurrents utilisent des campagnes de marketing agressives, des diminutions de prix et des offres de financement peu coûteuses. Attirer des clients dans ses salles d'exposition est un défi continu. Plutôt que d'investir davantage dans la publicité, Mercedes-Benz Canada a décidé de se doter de systèmes de gestion de la relation client. Doté d'un réseau de 55 concessionnaires, Mercedes-Benz pensait ne pas connaître suffisamment bien ses clients. Ses concessionnaires fournissaient des données sur leurs clients selon les besoins du moment, mais n'y étaient pas obligés. Le processus destiné à repérer les concessionnaires qui ne transmettaient pas ces informations était lourd. [...] Afin d'accroître la fidélité de ses clients au moyen d'un service personnalisé et de campagnes de marketing ciblées, Mercedes-Benz Canada a choisi le logiciel de CRM Napoléon pour concessionnaires automobiles vendu par Strategic Connections.

Grâce à son nouveau système CRM, Mercedes-Benz Canada peut identifier, par exemple, ses clients qui possèdent une voiture diesel et leur envoyer des informations sur son nouveau véhicule diesel. Le système aide les concessionnaires à personnaliser des brochures sur les véhicules, destinées aux clients. Si le client n'achète pas lors de sa première visite à la salle d'exposition, il peut repartir avec de l'information sur la location, le financement et les caractéristiques de la voiture qui l'intéresse. Cette information est stockée dans le site Web de Mercedes et le client potentiel peut y accéder. De plus, le système avise le personnel de vente d'assurer le suivi d'un client potentiel dans un nombre établi de jours ou de semaines.

Q1- De quelles parties du SI s'agit-il ? (*Approvisionnement, Gestion des stocks, Gestion des Ressources Humaines, Gestion de la Relation Client, Gestion de la Production, Comptabilité, Ventes, Logistique, etc.*)

Système de CRM Napoléon : gestion de la relation client GRC : l'ensemble des dispositifs ou opérations de marketing ou de support ayant pour but d'optimiser la qualité de la relation client, de fidéliser et de maximiser le chiffre d'affaires ou la marge par client. Le CRM regroupe des techniques de collecte et d'analyse des données clients. Le CRM utilise tous les canaux de contacts disponibles avec le client au sein de l'entreprise.

Q2- Dans chacun des SI de ces entreprises, quelles sont les données entrantes (saisies par un utilisateur ou reprises d'un autre système), les traitements et les données sortantes (ou résultats) ?

Données en entrée : informations sur les clients (la voiture qu'il possède, qu'il souhaite acheter, ses habitudes...)

Traitement : Analyse des données relatives aux clients pour faire des offres personnalisées aux clients (prix, financement adapté au client, campagnes d'expositions...). Suivi des clients potentiels.

Données en Sortie : Informations sur les nouveautés des véhicules des clients, brochures sur les véhicules, informations sur la location, le financement...

Q3- Comment le SI ajoute-t-il de la valeur à chacune de ces entreprises ?

La CRM permet à Mercedes de bien connaître ses clients et ainsi les fidéliser. Cette application permet aussi d'acquérir de nouveaux clients par le fait que le SI lui permet de suivre les clients potentiels ; et ainsi augmenter son chiffre d'affaire.

Troisième cas : Renault-Nissan²

² Kenneth Laudon et Jane Laudon, Management des systèmes d'information, 9^è édition, Pearson Education (27 Juillet 2006), 638 pages, ISBN 2-7440-7156-0.



Appartenant au groupe Renault, Nissan Diesel Motor fabrique des camions et des autobus. Sa ligne de produits comprend une large gamme de véhicules utilitaires légers, moyens ou lourds, ainsi que des pièces de véhicules. L'entreprise a un réseau de distributeurs implantés dans près de 60 pays. Cette activité industrielle est soumise à une très forte pression concurrentielle, qui se caractérise notamment par la rapidité de mise sur le marché d'un nouveau produit. Il faut donc tout faire plus vite : imaginer, concevoir, tester, industrialiser les processus, livrer les véhicules et les pièces de rechange. Dans cette course aux délais toujours plus courts, il convient d'éliminer les temps « morts », les dépenses d'énergie et de ressources inutiles, notamment dues à la reconstitution ou la recréation d'informations.

L'élaboration d'un modèle de camion comporte plus d'éléments et de combinaisons d'assemblage complexes que celle d'une automobile. Il faut alors gérer de nombreuses données techniques. Comme ses concurrents, Nissan Diesel Motor a dû relever le défi d'organiser les données relatives à cette logistique complexe. L'entreprise a ainsi choisi le système de gestion de cycle de vie du produit Enovia, une solution diffusée par IBM et conçue par Dassault Systems.

Nissan Diesel utilise le Digital Mock-up (DMU) Navigator de Enovia pour gérer et relier les composants des camions et leurs spécifications, de la conception à la production. Ce module s'appuie sur une base de données « nomenclatures industrielles », C'est une base de données initiale des nomenclatures (spécification de chaque élément et de tous les liens – des dizaines de milliers de liens sont ainsi à décrire – à tous les niveaux de montage) garantit la fiabilité ultérieure de toute l'activité, depuis la conception et des modifications opérées sur un modèle de camion jusqu'aux relations avec les fournisseurs pour les réapprovisionnements calculés à partir des quantités de pièces nécessaires à la production d'une période donnée.

Nissan Diesel utilise le DMU Navigator pour simuler les processus de fabrication nommés « gammes opératoires ». Ce système aide à détecter les erreurs éventuelles dans la qualité de chaque opération industrielle et l'enchaînement des opérations entre elles dès le début de la phase de planification. Le système Enovia permet donc de relier les données relatives aux pièces et celles relatives aux processus afin que tous les membres de l'équipe de développement de Nissan partagent toujours une information globale et actualisée. Grâce à ce système, Nissan a raccourci son cycle de création d'un véhicule de 90 %.

Questions : Pour chaque cas

Q1- De quelles parties du SI s'agit-il ? (*Approvisionnement, Gestion des stocks, Gestion des Ressources Humaines, Gestion de la Relation Client, Gestion de la Production, Comptabilité, Ventes, Logistique, etc.*)

Système support à la production de véhicule (camions) : Système Enovia ayant deux modules principaux : Digital Mock-up pour la conception des camions et leur production. Et DMU Navigator pour la simulation de la fabrication.

Q2- Dans chacun des SI de ces entreprises, quelles sont les données entrantes (saisies par un utilisateur ou reprises d'un autre système), les traitements et les données sortantes (ou résultats) ?

Données en entrée : Les camions à produire : spécifications de conception, pièces nécessaires

Traitements : Conception, le montage, les liens entre les pièces pour le montage, les quantités de pièces à réapprovisionner, la simulation de toutes les étapes de fabrication, la gestion de la qualité,



Q3- Comment le SI ajoute-t-il de la valeur à chacune de ces entreprises ? La valeur ajoutée consiste en l'augmentation du chiffre d'affaire : la réduction du cycle de production de 90% permet de satisfaire les demandes et donc attirer plus de clientèles.



TD1 : Le Système d'information- Corrigé

Cas : Gestion des cartes magnétiques d'une agence bancaire

Tableau des données

Donnée	Commentaire
	montrer que l'on peut déjà donner le type de la donnée (texte, numérique, calculé, brut) et donner une description pour avoir une signification dans le contexte du cas traité. Montrer aussi, que c'est la première étape dans l'analyse en vue de mise en place d'un S.I., et que ces données sont obtenues par l'étude des documents, entretiens, ...ect.
Client	
Nom client et nom jeune fille	
Prénom client	
Date de naissance client	
Numéro de téléphone client	
Adresse mail client	
N° compte client	
Niveau salaire client	
agence	
Carte magnétique	
Type de carte magnétique	
Gold, Silver, Blue	
Seuil de retrait (25000, 18000, 12000)	
Seuil des salaires (<=100000, (entre 50000 et 100000, >50000)	
Centre de gestion des cartes	
Retrait de carte	
Carte détruite	
Délai max de retrait carte	
Chargé de la gestion des cartes	
...ect.	

Tableau des informations

Information	Commentaire
Formulaire de demande de carte magnétique	Nous renseigne sur une demande de carte magnétique
Liste des demandes	Présente une synthèse des demandes par type de carte, ainsi



	que le détail par type de carte
Avis de mise à disposition	
Avis de prélèvement de cotisation annuelle	
Etat mensuel de la gestion des cartes magnétiques	Présente une synthèse globale sur la gestion mensuelle des cartes magnétiques
Nombre des demandes formulées par mois	
Nombre de demandes rejetées avec les raisons	
Délai moyen de préparation des cartes	
Nombre de demandes détruites	

Q2- Processus de gestion des cartes magnétiques (montrer que ces étapes constituent un processus et qu'il est possible de le décomposer en activités ensuite en procédure)

Etape	Fonction du SI correspondante
Demande de carte magnétique (formulaire)	Acquisition des informations (les informations du formulaire)
	Stockage des informations
Vérification et contrôle des demandes (si le demandeur est client de l'agence, s'il n'y a pas d'erreur dans le renseignement du formulaire)	Traitement
Liste des demandeurs de carte (attribution du type de carte selon le salaire)	Traitement
	Communication (au centre des cartes magnétiques)
Réception des cartes	Acquisition
Avis de mise à disposition et avis de prélèvement cotisation annuelle	communication
Retrait carte	Traitement
Destruction carte	Traitement
Etat mensuel de la gestion des cartes magnétiques	Traitement
Envoi de l'état au directeur de l'agence	communication



Contrôle N°1- UEF32- Système d'Information

Documents non autorisés- Durée : **1h30**.

Nom :Prénom :

Section :Groupe :

Première partie : Questions de cours (12pts)

Q1- Encerclez la lettre de la bonne réponse (1pt) : Chaque réponse est sur 0.25

Bonnes réponses : b et d. Si a et/ou c sont cochées : enlever 0.25.

Q2- Complétez la phrase par la bonne réponse (1.25 pt) : chaque bonne réponse est sur 0.25

- a. La SNC est une société dont le statut juridique est **illimité**
- b. Sonatrach, Sonelgaz, Naftal sont des sociétés **publique** et/ou **par actions**, et possèdent un statut juridique **limité**
- c. La EURL est un cas particulier de la **SARL** parce qu'elle est constituée de **1 seul associé**

Q3- Donnez pour chaque courant théorique de l'organisation deux (02) principes de base (2pts) : chaque bonne réponse est sur 1 pt

- a. Le courant rationaliste classique : **organisation hiérarchique/ unicité du commandement/ spécialisation des tâches**
- b. Le courant béhavioriste : **lien moral –productivité important / motivation psychologique / dynamique du groupe**

Q4- Encerclez dans le cas où c'est une entreprise (4.25 pts) : chaque bonne réponse est sur 0.25, enlever 0.25 sur une mauvaise réponse

SAA, Epicerie, TLS Contact, Croissant rouge, Algérie-Poste, ENTV, BEA, Syndicat, ZARA, Théâtre National d'Alger, L'hôpital, L'école, Une exploitation agricole, Commissariat de police, Starlight, Université Alger1, La mairie.

Q5- Reliez le nom de chaque fonction à sa mission principale : (1.5 pts) : chaque bonne réponse est sur 0.25

1. Le manager b	a. Est responsable d'assurer les moyens humains nécessaires et à leur fidélisation.
2. La vente d	b. Assure les cinq fonctions que Fayol a définies, l'intérêt ne doit pas porter uniquement sur l'entreprise, mais aussi sur le personnel.
3. L'approvisionnement f	c. Pratique la méthode américaine des 4Ps (Product, Price, Place, Promotion)
4. La production e	d. C'est grâce à cette fonction que l'entreprise écoule sa production.
5. La GRH a	e. C'est la fonction principale, peut se faire en continu, en discontinu ou en projet.
6. Le Marketing c	f. Se soucie de procurer au moindre coût et aux délais la matière première faute de quoi la production est impactée.

Q6-Indiquez de quel type de structure parle chacune de ces personnes, donnez sa caractéristique principale (2pts) : chaque bonne réponse est sur 0.5



Je travaille chez BETA depuis plus de 10 ans dans la production de son produit A. Ce produit se vendait très bien, d'ailleurs notre prime de bénéfice de fin d'année était meilleure que celle de nos collègues qui produisent le produit B. Mais ces derniers temps, le produit A se vend très mal à cause d'un produit concurrent. Je compte changer vers le produit B, mais je ne sais pas si je vais être accepté car je ne connais rien sur ce produit.



Contrôle N°1- UEF32- Système d'Information

- a. Structure : **Divisionnelle par produit** Caractéristique **spécialisation poussée par produit (je ne connais rien sur ce produit)** .

Commentaire [A1]: 0.5 pour les deux mots, sinon 0.25



Je suis l'assistante du DG, j'arrive très tôt au bureau, et je le trouve déjà là. Il contrôle tout, il supervise tout, rien ne se décide sans lui, même s'il fait confiance à ses responsables de production et de marketing. Il est très humain et conciliant avec les travailleurs, mais n'aime pas qu'ils viennent le voir directement, ils doivent passer par leurs responsables.

- b. Structure **hiérarchique** Caractéristique **unicité du commandement (il contrôle tout, supervise tout) et/ ou respect de la hiérarchie (il n'aime pas qu'ils viennent le voir directement)**

Deuxième partie : Etude de cas (8pts)

La société « HMIMED » est une société manufacturière (industrielle, fabrique des biens de production) qui fabrique trois produits différents, pour chaque produit elle dispose d'une usine. Chaque usine est chargée uniquement de la production. Les achats des matières premières pour ces usines sont assurés par la direction achat centralisée au niveau de la Direction Générale. Les ventes sont aussi centralisées au niveau de la direction générale avec finance et la ressource humaine. L'organigramme de la société « HMIMED » est ci-dessous. Il faut savoir que le chef d'entreprise supervise ses différentes usines personnellement, et comme il a centralisé à son niveau les achats, les ventes ainsi que la finance et ressource humaine, beaucoup de problèmes se posent pour produire à temps et satisfaire les clients. Ces directions n'arrivent pas à faire face aux besoins des trois usines.

Q1- (3.5pts)

- a. Quel est le type de structure de la société « HMIMED » ? : **Fonctionnelle (1pt) avec fonctionnement hiérarchique (0.5pt)**
- b. Citez ses caractéristiques ? **(2pts)**
- **Chaque fonction est représentée par une direction (1pt)**
 - **Chaque usine assure uniquement la fonction production (1pt)**

Q2- A quoi sont dus les problèmes auxquels fait face l'entreprise ? (1.5pts)

- **Centralisation des fonctions achat, vente, finance (0.5pt)**
- **Les usines ne sont pas indépendantes (elles dépendent pour l'achat, la vente et autre fonction des autres directions centrales) (0.5pt)**
- **Le fonctionnement hiérarchique (le chef d'entreprise supervise tout) (0.5pt)**

Q3- (3pts)

- a. Quel type de structure doit adopter la société pour régler ses problèmes ? **(1.5pt)**

Divisionnelle (0.5pt) par produit (0.5pt), chaque usine est une division (0.5pt)

- b. Expliquez comment ? **(1.5pt)**

- **Chaque usine doit être indépendante (0.5pt)**
- **Les fonctions achat, vente, finance et RH doivent être décentralisées (0.5pt)**
- **Chaque usine doit avoir ses fonctions (achat, vente, finance, et RH) (0.5pt)**

Bon courage

Il sera tenu compte de la présentation

Première partie : (10pts)

Q1- Reliez chaque point de vue de l'entreprise à sa définition (1pt)

a-3, b-1, c-4, d-2

Q2-

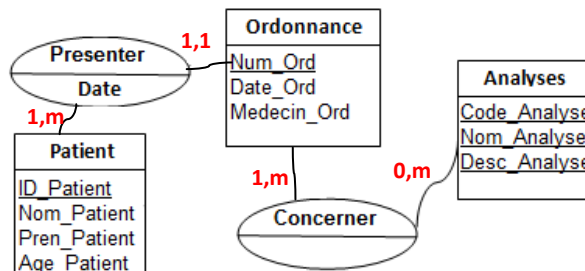
- Deux données : Sécurité sociale, identité du patient (nom et prénom), âge (1pt)
- Problème : une information de qualité est une information exacte, complète, actuelle et mise en bon format, pour ce cas les problèmes se posent par rapport au format (les noms des propriétés sont différentes, date naissance, age, format de la date...) et à l'exactitude de l'information. (1pt)

b- Dressez le dictionnaire des données réduit relatif au patient (limitez-vous aux documents) ? (2pts)

Donnée	Description	Type	Nature	Domaine définition
N°sécurité sociale		Numérique	Elémentaire	
Nom_patient				
Prénom_patient				
Date_naissance_patient				
Adresse				
téléphone				

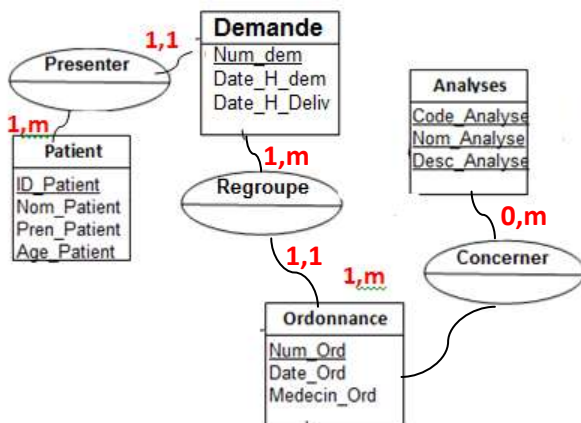
c- l'identifiant de cette entité ? N°sécurité sociale (1pt)

Q3 a- (2pt)



b- Modifiez ce modèle pour répondre à ce besoin ? (2pts),

Entité 1pt, associations 0.5pt, cardinalités : 0.5pt



Examen Premier Semestre - UEF32- Système d'Information

Deuxième partie : Etude de cas (10pts)

Q1- a- Le DG décrit deux SI dans sa première et sa dernière réponse. Donnez le type de chacun de ces S.I. ?

Type1 : SI opérationnel (1pt), pour la réponse automatisable (0.5pt)

Type2 : SI d'aide à la décision (1pt)

b- Pour chaque activité décrite du premier type de S.I., nommez la fonction du SI correspondante ? (2pts)

Activité	Fonction SI
Passer commande	Acquisition et stockage
Recevoir facture	Traitement et diffusion
Paiement	Acquisition et stockage
Prendre commande	Acquisition et stockage
Suivre la préparation repas	Traitement et diffusion

Q2- Selon la définition du S.I. donnée par Gordon Davis, le progiciel « Manugistics » représente quel élément du système d'information ?

Application support aux opérations ou au traitement transactionnel (0.25)

Q3-

(1) il permet la coordination quotidienne des activités de l'entreprise : (1.5)

- **Coordination entre les trois guichets (l'information traitée dans un guichet est systématiquement transmise à un autre guichet),**
- **coordination entre la cuisine et les guichets (le SI permet le suivi de la préparation des repas en cuisine),**
- **coordination entre le centre de distribution et les restaurants (grâce au SI le centre de distribution permet de préparer les commandes et les chefs de restaurants peuvent mettre à jour la commande en temps réel),**

(2) aider les managers à prendre des décisions : (1pt)

- **Le Si permet d'anticiper sur les commandes des restaurants en utilisant des informations du passé et du futur,**
- **Le Si présente le CA quotidien avec comparaison des CA des deux années dernières**

Q4- Le graphe des flux ci-dessous décrit une partie de l'activité d'un restaurant McDonalds. A l'aide de ce graphe, modéliser le MCT qui lui correspond ? (3.25)

