

CORRIGÉS TD SI

SÉANCE 1 :

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.

Q2 :

Elle est autonome car elle est :

- 1- Possède son financement
- 2- Un statut juridique
- 3- Celle qui décide de son activité, son développement ainsi que sa gestion

Q 3/4 :

Organisation	Type/propriété	Type/secteur d'activité	Type/taille	Produit/Service	Type
ETUSA	Publique	Tertiaire	GE/Se ¹	Service de transport	Service marchand
Consulat de France	Administration	Tertiaire	Moyenne	Assistance à toute les Français délivrer de VISA	Service non marchand
Épicerie	Privé	Tertiaire	Micro	Produits alimentaire	Biens de consommation non-durable
TLS Contact	Privé	Tertiaire	Très grande E/Se	Assistance	Service non marchand et non marchand
Croissant rouge					
Algérie Poste	Publique	Tertiaire	Très grande	Gestion des comptes	Service marchand
BoulabBoulon	Privé	Quartenaire	Moyenne	Boulon de tout types	Production
ENTV	Publique	Quartenaire	Très grande	Informations, films, documentaires,	Service marchand et non marchand
Le lycée Alexandre Dumas	Privé	Tertiaire	Moyenne	Étude	Services marchands

¹ GE/Se : une grande entreprise

BEA	Publique	Tertiaire	GE/Se	Gestion des comptes/prêts	Service marchand et service non marchand
ZARA	Privé	Tertiaire	Très grande	Vêtements	Produits de consommation semi-durable
Théâtre Nation d'Alger	Privé	Quartenaire	Grande	Culture	Marchand

SÉANCE 2:

2- Les facteurs de production :

Le travail	Le capital	
Main d'œuvre qui est caractérisé par le nombre de travailleurs, durée d'assemblage et les finitions, qualifications des travailleurs	Fixe	Circulant
	Investissements en bâtiments, machines bien équipant d'une durée de vie > 1 ans	Les consommations intérimaire

Q2 : L'industrie automobile a procédé à une « Substitution » du facteur de Travail qui est la main d'œuvre en remplaçant une partie des travailleurs par des machines automatiques programmables pour la fonderie, la peinture, embouteillages soudure... afin de diminuer les coûts de production et les coûts salariaux.

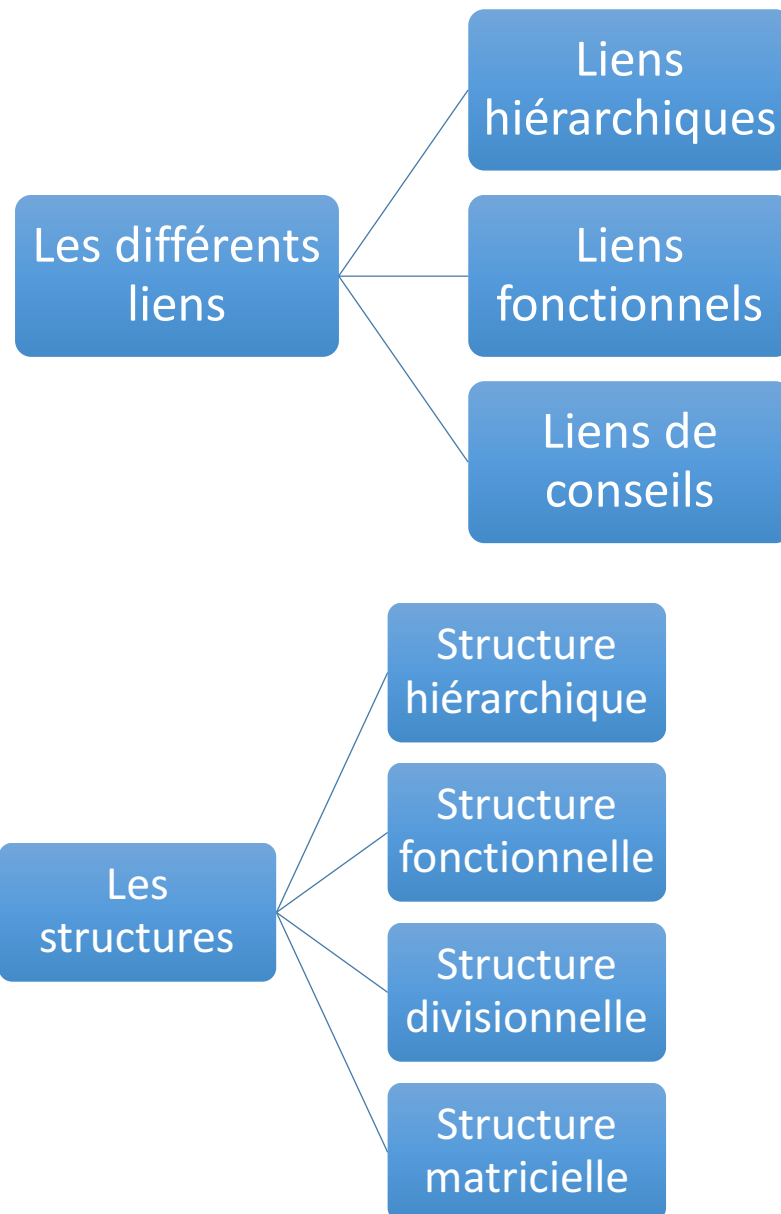
3- L'environnement : (Travail en groupe)

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, financiers et d'information 	(+) Source stable et revenu (clients fidèles) poussent GE/Se vers l'excellence (+) Avantage pour les clients fidèles (réduction , cadeaux)
Fournisseurs	<ul style="list-style-type: none"> • Fournit la matière première • Flux financiers, Physique, et d'information 	(+) Source stable de matière 1 ^{er} , avantage sur les prix (-) Le monopole (exclusivité) sur la matière 1 ^{ère} (prix ↑)
Banques	<ul style="list-style-type: none"> • Financement de l'entreprise (les chapiteaux financiers, transfert d'argent,) • Flux financiers et d'informations 	(+) Source de financement (-) l'endettements (qui peut être fatale) à l'entreprise
Etat	<ul style="list-style-type: none"> • Les lois et les impôts (Tan) • Flux informationnel) 	(+) Assuré d'infrastructure (le transport) (+) La contributions dans l'économie de paye d'un
Concurrents	<ul style="list-style-type: none"> • Dynamiser le marcher (nouvelle offre marketing intensif) • Aucun flux 	(+) Pousser l'entreprise à rester à l'innovation (-) L'être peut carrément coulé.
Environnement économique	<ul style="list-style-type: none"> • L'emploi, le prix et la croissance de l'entreprise • Flux financier, informationnel 	(+/-) Pousser l'entreprise à s'adapter (-/+) Suppression et augmentation d'emploi
Environnement juridique	<ul style="list-style-type: none"> • Réguler le marché, la concurrence, les nouvelles taxes et les impôts • Flux : informationnel 	(-) Durcissement de l'importation (+) Faciliter l'importation
Environnement technologique	<ul style="list-style-type: none"> • Il favorise la recherche et le développement • Flux : informationnel 	(-) l'entreprise peut être dépasser par ces nouveaux technologies (+) La création de nouveau produit, l'innovation

Séance 3 :

TD2 : Structures des E/Se

La structure d'une entreprise définit les relations hiérarchiques et les fonctionnels entre les divers collaborateurs : il s'agit de la répartition des responsabilités et du mode de communication interne à l'E/Se



Q1 : Type de structure : Divisionnelle avec un fonctionne hiérarchique

Caractéristiques :

- Découpage par produit, chaque usine est spécialisée par la production d'un produit particulier
- Les usines ne sont pas totalement indépendantes vu que le chef de l'entreprise supervise lui-même les différentes usines et la direction finances est sous l'autorisé direct du chef de l'E /Se.

Types de liens qui figure dans la société Alpha :

Lien hiérarchique : entre le chef de l'entreprise et les différentes usines, dans chaque usine et entre la direction de finance et la compatibilité et les achats

Lien de conseil : entre le chef de d'entreprise et l'assistant

D'autres type de lien : lien fonctionnel entre la direction de finance et les usines puisque les achats sont sous l'autorité de la direction de finance

Séance 4 :

Avantages & inconvénients des différentes structures :

Structure hiérarchique :

Avantages (+) :

Fonctionnement simple et organisé

- Claire où chacun connaît exactement son rôle.
- C'est une structure qui permet une définition précise de l'autorités
- Facile à mettre en place

Inconvénients (-) :

- Les décisions peuvent être lente. (Plusieurs niveaux)
- Manque d'initiative
- Rigide, ne s'adapte pas facilement à l'environnement.
- Difficulté de maîtriser tous les domaines par le responsable
- Risque déformation de la décision

Structure fonctionnelle :

Avantages (+) :

- Permet de réaliser des tâches bien déterminé d'une manière optimale
- Permet à chaque collaboration d'avoir un minimum d'attribution
- Diversité des conseils de la part des différentes spécialités
- Développement des compétences spécialités à tout les niveaux de Management.

Inconvénients (-) :

- Ne s'adapte pas facilement à l'environnement
 - Difficulté des coordonnées entre les activités des différentes fonctions : fonctions spécialisées privilégient leurs objets au détriment de ceux (les plus généraux de l'entreprise)
 - Risque de déconfit, de dilutions de pouvoir et manque de traçabilité des erreurs
 - Le cloisonnement des fonctions peu impacté la performance de l'entreprise.
- La centralisation au niveau de la direction générale, risque de la surchargé

Structure divisionnelle :**Avantages (+) :**

- La responsabilité est bien définie au niveau de chaque division
- Utilisation des compétences et du matériel de façon optimale.
- Contrôle des objectifs tracés de chaque division se fait de manière facile et avec une plus grande efficacité.
- Elle s'adapte facilement à l'environnement (suppression ou de division sans perturbation)
- La coordination entre les divisions est organisée par la direction générale.

Inconvénients (-) :

- Risque de dispersion des ressources entre les divisions (chacune d'elle comprend les mêmes services fonctionnels : service compatible, service marketing).
- Risque dépend de l'unité centrale de la direction dans cas où les divisions sont totalement autonome

Structure matricielle :**Avantages (+) :**

- Permet de profiter des compétences des deux responsables
- S'adapter parfaitement au changement stratégique
- Abonnement définitif d'un projet n'a en principe aucune répercussion sur le fonctionnement des entités en place
- Développer la concurrence entre le chef de projet.

Inconvénients (-) :

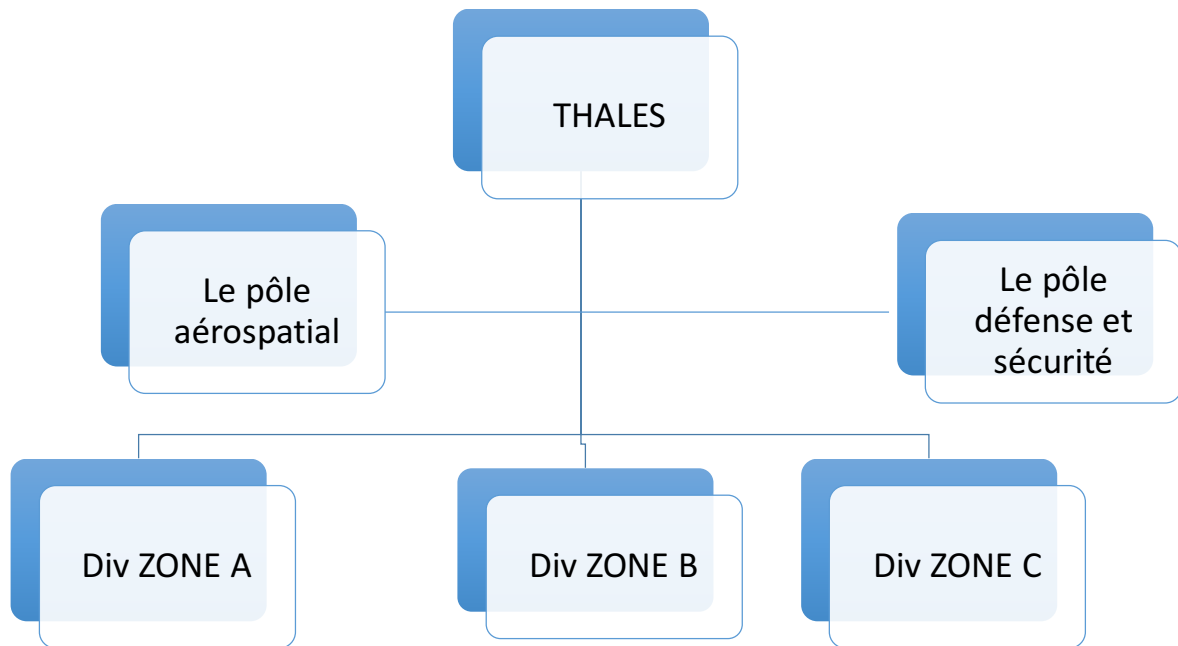
- Risque de coordination difficile des produits
- Risque de conflit entre différents chefs
- Cette structure ne permet pas au individus de connaître avec précision la répartition du pouvoir.

SÉRIE TD3 : L'ENTREPRISE : (Séance 5)

2^{ème} cas : THALES

1- Structure divisionnelle par zone géographique

Organigramme :



Pourquoi ?

Pour simplifier son fonctionnement favorisons les synergies transversales et les réactivité commerciale et améliorer les performances

Les divisions par marché vont avoir la liberté et la flexibilité de développer l'entreprise dans chaque région (l'intérêt de la structure divisionnelle) donc la transversalité et assuré par la fonction des deux pôles qui régulent l'activité commerciale à la chaîne mondiale.

Le rôle des deux pôles ?

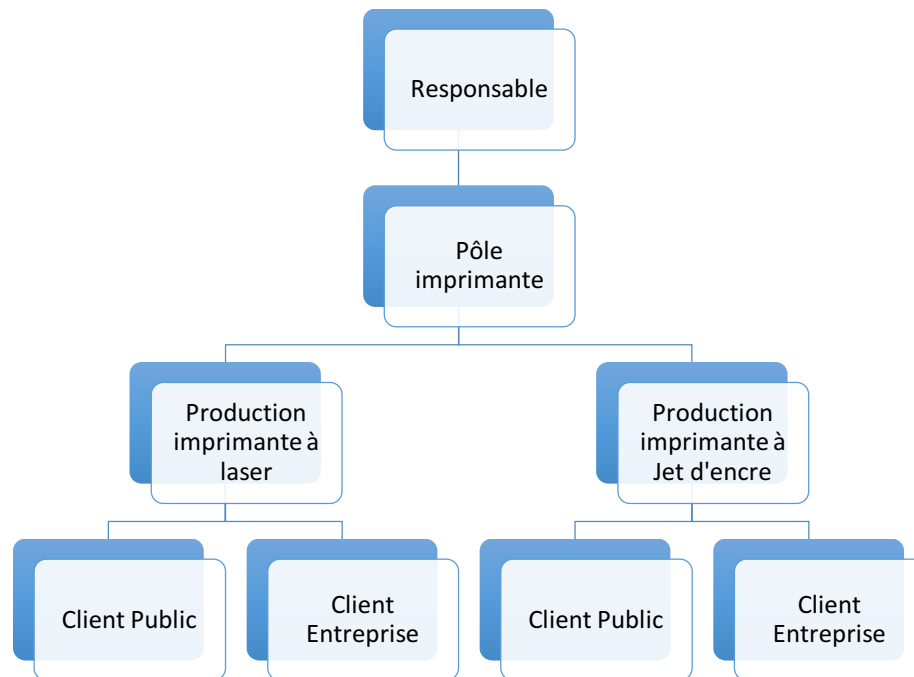
C'est un rôle de conseil

Ils vont garantir la transversalité et la coordination entre les différentes zones de marché pour faire respecter les stratégies commerciales et les objectifs di groupe.

1^{er} cas : Réorganisation du pôle imprimante de Hewlett-Packard

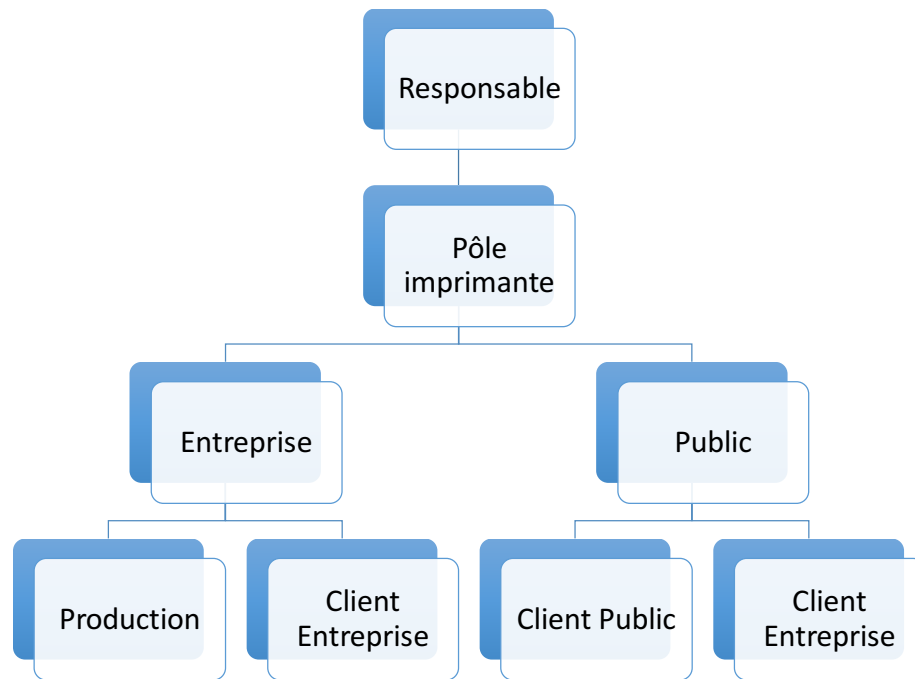
Q1- La première organisation du pôle imprimante de HP :

Structure divisionnelle par produit/client (marché)

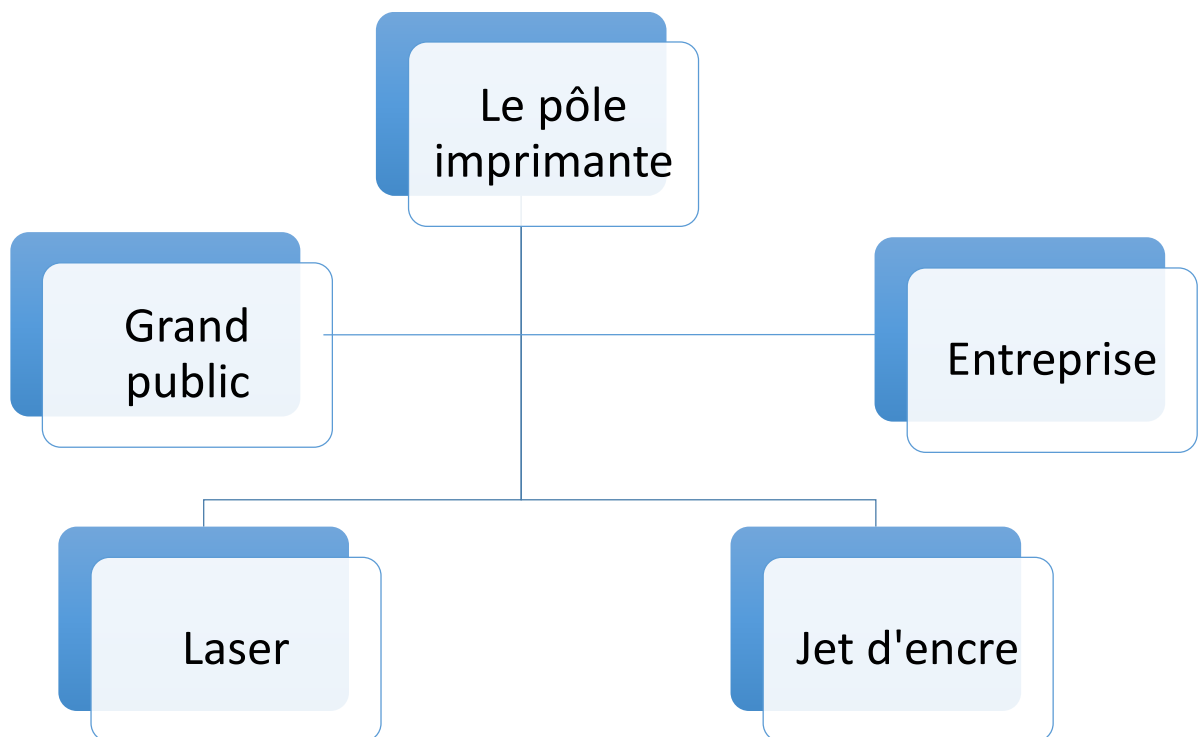


Q2- Les problèmes générés par la première organisation :

- La spécialisation par ligne de produits a conduit la division imprimantes laser et se concentrer sur les E/se car celle-ci ne s'intéresse pas au imprimantes à jet d'encre (non performante) et vise vers sa pour la division des jet d'encre.
- Les imprimantes Laser produites et destinées aux particuliers ne se vendaient pas (prix élevé) et vice versa pour les imprimantes à jet d'encre (non performante) destinées aux entreprises.
- Difficulté d'intégrer les ventes des deux produits car le mode de fonctionnement de la structure divisionnelle se caractérise par l'indépendance de la division et par conséquent le cloisement des divisions par rapport à eux.



*Structure divisionnelle orientée marché (client/grand public)
 Chaque division sera une structure fonctionnelle orienté produit
 La production sera poussée par le besoin du marché*



Structure divisionnelle par ligne de produit avec de pôles qui jouent le rôle du conseil au prêt du pôle de l'imprimante, ces pôles seront chargés de définir les stratégies de marché et le respect des objectifs a long terme fixé par le groupe.

TD1 : SYSTÈME D'INFORMATION (Séance 6)

Q1-

Les données	Informations
Code client : <ul style="list-style-type: none"> Nom client (nom de jeune fille (femmes mariées) Prénom client Date de naissance du client Numéro de téléphone du client Adresse email du client Numéro de compte bancaire Niveau de salaire L'agence Carte magnétique : <ul style="list-style-type: none"> Type de cartes magnétique (gold, silver, blue) Seuil de retrait (25 000, 18 000, 12 000) Seuil des salaires (100 000>, entre 50 000 et 100 000, 50 000>) Centre de gestion de cartes : <ul style="list-style-type: none"> Retrait de carte Carte détruite Délai maximum du retrait des cartes Chargé de la gestion des cartes 	<ul style="list-style-type: none"> Formulaire de demande de carte magnétique (<i>nous renseigne sur une demande de carte magnétique</i>) Liste des demandes (<i>représente une synthèse de commandes par type de carte</i>) Avis de mise à disposition de la carte Avis de prélèvement de cotisation annuelle État mensuel de la gestion des cartes magnétique (<i>présente une synthèse globale sur la gestion mensuelle des cartes</i>) Nombre de demande formulé par mois Le nombre de demandes rejetées avec les raisons du rejet Délai moyen mensuel de préparation des cartes par le centre de gestion des cartes magnétiques Le nombre de cartes détruites

Q2 : Les différents étapes :

Étape 1 : Demande de cartes magnétique → (**acquisition & stockage** des informations du formulaire)

Étape 2 : Vérification et contrôle des demandes (si le demandeur n'est pas un client de l'agence la demande sera refusé) → (traitement)

Étape 3 : Liste de demande de cartes → **traitement** (attribution des types de cartes selon le salaire, communication de gestion des cartes magnétiques)

Étape 4 : Réception des cartes magnétiques → **acquisition**

Étape 5 : Avis de mise à disposition et avis de prélèvement de cotisation annuel → **communication**

Étape 6 : Retrait de carte → traitement

Étape 7 : Destruction de la carte → traitement

Étape 8 : Préparer un état mensuel de la gestion des cartes → traitement

Étape 9 : L'envoi de l'état au directeur → communication

T02 : SYSTÈME D'INFORMATION (Séance 7)

Q1-

Les données	Informations
Client : <ul style="list-style-type: none">- Le nom- Le prénom- L'adresse- Le numéro de téléphone Demande de réservation : <ul style="list-style-type: none">- Numéro d'ordre- Le nombre de chambres- La catégorie d'hôtel- Etat de la réservation- Le site ou station Hôtel : <ul style="list-style-type: none">- Nom- Numéro- Station (site)- Catégorie- Le nombre de chambres disponibles- Le prix unitaire de chaque chambre (haut et basse saison) Site : <ul style="list-style-type: none">- Nom- Numéro- Région géographique	<ul style="list-style-type: none">- Demande de réservation- Solvabilité du client- Disponibilité des hôtels- Nombre de chambres disponible- La facture- La réservation- Les périodes disponibles de chaque chambre

Les différentes étapes :

1^{er} étape :

Enregistrement de demande de réservation (acquisition & stockage)

2^{ème} étape :

Affecter à chaque demande un numéro d'ordre (traitement)

3^{ème} étape :

Vérifier la solvabilité du client (traitement & communication)

4^{ème} étape :

Vérifier si la demande est satisfaite (traitement)

5^{ème} étape :

si la demande n'est pas satisfaite solliciter le client pour ajuster sa demande
ou bien annulation de la demande
(communication & traitement)

6^{ème} étape :

Vérifier s'il est possible de satisfaire la demande, et confirmation par l'opérateur
avec la création d'une réservation (traitement, communication, stockage)

7^{ème} étape :

Préparation de la facture (traitement)

8^{ème} étape :

Attribution d'un numéro au client (traitement)

9^{ème} étape :

Mise à jour des informations sur la disponibilité des hôtels (traitement)

(Séance 8)

3^{ème} cas : Laboratoire d'analyse médicales

Données :

Le patient :

- nom
- prénom
- adresse
- numéro du client

Ordonnance :

- nom médecin
- prénom médecin
- adresse médecin
- grade médecin

Demande d'analyse :

- Numéro
- Date
- Type d'analyse
- Identification du patient

Flacon :

- Numéro de prélèvement
- Identification du patient

Poste de travail :

- Salles
- Code
- Spécialités
- Type d'analyse

Cahier de paillasse :

- poste de travail
- type d'analyse
- identification du patient
- résultat

Information :

- L'ordonnance du médecin
- La demande d'analyse
- L'étiquette du flacon
- La fiche du travail
- Cahier de paillasse
- Les résultats et facture

Les étapes :

- L'enregistrement de la demande d'analyse du patient auprès du secrétariat ➔

acquisition et stockage

- Prélèvement de sang ➔ **acquisition**
- Fraction des prélèvements de sang et collage des étiquettes ➔ **traitement**
- L'édition de la fiche et du cahier de paillasse ➔ **traitement, communication**
- La collection des résultats sur le cahier de paillasse ➔ **stockage**
- La saisie des résultats sur l'ordinateur ➔ **stockage**
- Le traitement de facturation ➔ **traitement**
- Imprimer les résultats et les facturer ➔ **communication**

2^{ème} cas : GARAGE DE « AMMI MOH »

Les données :

Le client :

Nom, prénom, adresse, numéro de téléphone,

Pièces :

- Le numéro
- Prix de ventes

TD3 : SYSTÈME D'INFORMATION (Séance 9)

Premier cas : Ski Rossignol

Q1 : Les parties du SI

Gestion commerciale : (les pro formats, pro sections, les commandes, livraison et facturation)

Force vente : (gestion de de la relation clients)

Q2 :

Les données entrantes :

- ➔ Rapports de visites : les clients visités, les produits vendus
- ➔ Commandes de clients : (Informations client, produits commandés, quantités)

Traitements :

Synchronisation des données

Mise à jour des applications

Les données sortantes :

les statistiques, les fiches clients et produits

Q3 :

La mise à jour quotidienne des deux BDD et leurs synchronisations a permis aux commerciaux de réagir rapidement aux besoins des clients

2^{ème} cas : Laboratoires Pierre Fabre – (propos de Philippe Tronc- DSI de l'entreprise)

Q1 : Les parties du SI sont :

Gestion de la relation clients

Q2 :

Données entrantes :

Informations clients :

Nom,prénom etc..

Voiture qu'il possède