

Module : Environnement et stratégie de l'entreprise

Dernière mise à jour : 10/09/2024

Code	Cours intégré	HNE	ECTS
-	21h	17h	1.5

Responsable Module	Dhouha Melliti Ben Khedher – Insaf Riahi Tekaya
Enseignants – Intervenants	
Unité pédagogique	GED
Unité d'enseignement	Management de l'entreprise
Prérequis	Aucun
Niveaux et Options	3 ^{ème} année TIC- GC- EM

Objectif du module :

L'objectif de ce cours est d'initier l'étudiant-ingénieur au management et à la stratégie. Dans cette perspective, il permet d'avoir une vue d'ensemble de l'entreprise en mettant en exergue les fonctions qui la composent. Aussi, son enjeu essentiel est de comprendre ce qu'est la stratégie de l'entreprise, de préciser sa démarche et la formulation des choix stratégiques qui en découlent dans une vision de performance globale.

Mode d'évaluation :

La moyenne de ce module est calculée comme suit :

- Moyenne des activités rendues (10%)
- Evaluation des présentations orales traitant des cas réels d'entreprises (30%)
- Examen écrit (60%)

Acquis d'apprentissage :

A la validation de ce module, l'étudiant sera capable de :

Acquis d'apprentissage	Niveau d'approfondissement *
Hard skills	
AA1 Décrire l'entreprise et la caractériser parmi les organisations	4
AA2 Classifier les entreprises selon les critères (Dimension, secteur d'activité, forme juridique)	3
AA3 Identifier les finalités de l'entreprise	
AA4 Distinguer entre les décisions prises au niveau de l'entreprise	5
AA5 Distinguer entre les différentes fonctions de l'entreprise	3
AA6 Reconnaître les acteurs internes et externes à l'entreprise	
AA7 Détecter les facteurs de l'environnement ayant une influence sur l'entreprise	4
AA8 Appliquer PESTEL, la matrice des forces de Porter et la matrice Swot	4
AA9 Expliquer les stratégies déployées par l'entreprise	4
AA10 Réaliser un diagnostic d'un cas d'entreprise	5
Soft Skills	
AA10 Partager l'information avec les autres	3
AA11 Convaincre ses interlocuteurs de ses idées et ses propositions	3
AA12 Avoir un esprit d'équipe	3
AA13 S'affirmer et argumenter de façon assertive face aux autres	3
AA14 Reconnaître le rôle de l'orientation client dans la réussite de l'entreprise	4
AA15 Recueillir des données et des faits pertinents fiables et nécessaire à l'analyse dans le but d'en tirer des conclusions	4
AA16 Reconnaître la responsabilité sociétale de l'entreprise	4

*(1 : mémoriser, 2 : comprendre, 3 : appliquer, 4 analyser, 5 : évaluer, 6 : créer)

Contenu détaillé

Séance1

Chapitre1 : L'approche traditionnelle et fonctionnelle de l'entreprise

Section 1 : Définition, et Classification de l'entreprise (selon le critère juridique, le critère dimensionnel et le critère sectoriel).

Supports utilisés: Mises en situation : La 1 ère journéeMyriam

Activités : Société général & Match bubbles

Cours	Cours intégré
Durée	1.5h+1.5h
Rendu	

Séance2

Suite Section 1 : Finalités de l'entreprise et sa responsabilité sociétaleRSE

Management stratégique /Management opérationnel

Supports utilisés: Mises en situation « Mirabelle »

Activités : BIC & Smiley

Cours	Cours intégré
Durée	3h
Rendu	

Séance3

Section 2 : Les fonctions de l'entreprise (production, commerciale(vente et marketing), direction, ressources humaines, finance, et R&D).

Chapitre 2 : Stratégie de l'entreprise

Supports utilisés: Mise en situation : Let's Bio

Cours	Cours intégré
Durée	3h
Rendu	Etude de cas Let's Bio

Séance4

Chapitre 2 : Stratégie de l'entreprise

Section 1 : Diagnostic stratégique : L'analyse externe : Application des modèles : PESTEL (Macro- environnement), des 5forces de PORTER (Micro-environnement).

Supports utilisés : Jeu « Memoboost Game »

Cours	Cours intégré
Durée	1.5h+1.5h
Rendu	Jeux

Séance5

Chapitre 2 : Stratégie de l'entreprise

Section 2 : Diagnostic stratégique : L'analyse interne :

Section 3 : Le SWOT

Supports utilisés: Application « BISHOC »

Cours	Cours intégré
Durée	3h
Rendu	Mini cas d'entreprises

Séance6

Chapitre 2 : Stratégie de l'entreprise

Section 3 : Les stratégies de l'entreprise : Démarche stratégique, distinction entre les stratégies Corporate et Business.

Supports utilisés: Jeu « World Café Strategy »

Cours	Cours intégré
Durée	1.5h+1.5h
Rendu	Minis cas d'entreprises

Séance 7

Workshop: Présentations orales : Cas réel d'entreprise : objet de l'étude

Evaluation :

	Participation	Mises en situation	Exercices d'application	Activités	Etudes de cas	Présentation orale
Décrire l'entreprise et la caractériser l'entreprise parmi les organisations	X	X			X	X
Classifier l'entreprise selon les critères (taille, Secteur d'activité, forme juridique)	X	X			X	X
Identifier les finalités de l'entreprise	X	X			X	X
Distinguer entre les différentes fonctions de l'entreprise	X			X	X	X
Détecter les facteurs de l'environnement ayant une influence sur l'entreprise	X	X	X	X		X
Appliquer PESTEL, la matrice des 5 forces de Porter et la matrice SWOT	X	X	X		X	X
Expliquer les stratégies déployées par l'entreprise	X	X			X	X
Identifier les acteurs de l'entreprise	X	X		X	X	X
Réaliser un diagnostic stratégique d'un cas d'entreprise	X	X	X	X	X	X

Matrice de compétences

	L'acquisition des connaissances scientifiques et techniques et la maîtrise de leur mise en œuvre						L'adaptation aux exigences propres de l'entreprise et de la société				prise en compte de la dimension organisationnelle, personnelle, culturelle et			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Module Environnement de	X				X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

Compétence n° 1 : La connaissance et la compréhension d'un large champ de sciences fondamentales et la capacité d'analyse et de synthèse qui leur est associée.

Compétence n° 2 : L'aptitude à mobiliser les ressources d'un champ scientifique et technique liées à une spécialité.

Compétence n° 3 : La maîtrise des méthodes et des outils de l'ingénieur.

Compétence n° 4 : La capacité à concevoir, concrétiser, tester et valider des solutions, des méthodes, produits, systèmes et services innovants.

Compétence n°5 : La capacité à effectuer des activités de recherche, maîtriser les dispositifs expérimentaux et le travail collaboratif.

Compétence n°6:La capacité à trouver l'information pertinente, à l'évaluer et à l'exploiter : compétence informationnelle.

Compétence n° 7 : L'aptitude à prendre en compte les enjeux de l'entreprise: dimension économique, respect de la qualité, compétitivité et productivité, exigence commerciales, intelligence économique.

Compétence n° 8 : L'aptitude à prendre en compte les enjeux des relations au travail, d'éthique, de sécurité et de santé au travail.

Compétence n° 9 : L'aptitude à prendre en compte les enjeux environnementaux, notamment par application des principes du développement durable.

Compétence n° 10 : L'aptitude à prendre en compte les enjeux et les besoins de la société.

Compétence n° 11 : La capacité à s'insérer dans la vie professionnelle, à s'intégrer dans une organisation, à l'animer et à la faire évoluer: exercice de responsabilité, esprit d'équipe, engagement et leadership, management de projets, maîtrise d'ouvrage, communication avec des spécialistes comme avec des non-spécialistes.

Compétence n° 12 : La capacité à entreprendre et innover, dans le cadre de projets personnels ou par l'initiative et l'implication au sein de l'entreprise dans des projets entrepreneuriaux.

Compétence n° 13: l'aptitude à travailler en contexte international : maîtrise d'une ou plusieurs langues étrangères et ouverture culturelle associée, capacité d'adaptation aux contextes internationaux.

Compétence n° 14 : La capacité à se connaître, à s'autoévaluer, à gérer ses compétences à opérer ses choix professionnels.

Références:

Textbook :	<ul style="list-style-type: none"> - Aglietta, M., Macroéconomie financière, La Découverte, 2010. - Xavier, R., Economie de l'entreprise, Hachette Education, 2006.
Références bibliographiques :	<ul style="list-style-type: none"> - Alberto, T. et Combemale, P., Comprendre l'entreprise théorie, gestion relation sociale, Armand Colin, 2010. - Ambec, S. et Barla, P., Productivité et réglementation environnementale : une analyse de l'hypothèse de Porter, cahiers de recherche, Université Laval-Département d'économie, 2001. - Barabel, M. et Meier, O., Manageor : les meilleurs pratiques du management, Dunod, 2010. - Boyer, A. et Hirigoyen, G., Les fondamentaux de l'entreprise : Marketing, Production, Finance, Ressources Humaines, stratégie. Ed. D'organisation, 2004. - Brulhart, F. et Favoreu, C., Management d'entreprise. Ed Dunod, 2016. - Helfer, J.P., Kalika, M., Orsoni, J., Management stratégique. Ed Vuibert, 10^{ème} édition, 2016. - Van Laethem, Nathalie, Toute la fonction marketing. Ed Dunod, 2005. - Xavier, R., Economie de l'entreprise, Hachette Education, 2006.

[illegible]