

Module : Management des organisations

Lilia Trabelsi-Masmoudi

Courriel : lilia_trabelsi@yahoo.com

lilia.trabelsi@beyouconsult.com

Examen Final – Janvier 2024 –

Problème (15 points) :

Apple, la marque la plus cotée selon Interbrand, affiche une cote en bourse de 234 milliards de dollars en 2019, consolidant ainsi son statut d'icône mondiale avec des millions de clients fidèles. Plusieurs écoles et centres de formation préparent des professionnels qualifiés qui connaissent bien la marque. Pionnière dans la technologie de pointe, Apple a introduit des produits novateurs tels que l'iPhone et l'iPad, mais ses prix sont élevés et elle peut manquer de compétitivité dans certains domaines. Cela étant, la marque a la possibilité d'élargir son réseau de distribution et d'investir dans les nouvelles technologies vertes.

La stratégie de communication d'Apple repose fortement sur ses succès en magasin, limitant les dépenses publicitaires. Cela étant ce marché est très concurrentiel et de plus en plus pénétré par Android. Le fait que l'entreprise investit peu en marketing fait que ses produits ont des prix élevés... Ceci entrave l'accessibilité pour les consommateurs à faible revenu. De plus, l'incompatibilité avec d'autres logiciels et le manque de compétitivité dans certains domaines sont des défis à surmonter. Apple investit dans la recherche et le développement de ses produits. Des recherches minutieuses sont effectuées pour aider à comprendre les besoins et les exigences des clients. Apple domine le secteur de la technologie depuis des années. Ils offrent une technologie de haute qualité et de pointe qui offre une percée dans l'expérience client. Leur taux de fidélisation de 92 % est impressionnant.

En effet, Apple détient une base de clientèle grandissante. Et les nouvelles technologies d'accessoires connectés offrent des perspectives de croissance. L'utilisation de l'intelligence artificielle renforce également la position d'Apple sur le marché. Cependant, la marque subit la contrefaçon, l'augmentation de la concurrence, la pénétration du marché par d'autres marques, la taxation sur les importations et les problèmes législatifs. De plus, la pression pour déverrouiller l'iPhone via une "porte dérobée" soulève des préoccupations de sécurité. En conclusion, bien qu'Apple soit une force dominante dans le secteur technologique, elle doit naviguer avec précaution pour capitaliser sur les opportunités tout en atténuant les menaces et en surmontant ses propres faiblesses.

Travailler en tant que commercial chez Apple, nécessite la réalisation de plusieurs objectifs commerciaux qui sont fournis par le tableau suivant :

Tâche	Description de la tâche	Durée en semaines	Tâche antérieure
A	Analyse de marché	8	-
B	Recherche de clients potentiels	5	A
C	Transactions commerciales	7	A
D	Marketing promotionnel	3	B, C
E	Publicité	2	B, C
F	Traitement des commandes	4	E
G	Service post-Achat	3	D, F

Pour chaque tâche, on peut déterminer la date du début d'exécution au plus tôt et au plus tard permettant de finaliser au mieux le travail d'un commercial de chez Apple.

- 1- Etablir le diagnostic interne et externe d'Apple ?
- 2- Déterminer le rang des différentes tâches ?
- 3- Construire le graphe représentant les différentes tâches de la fonction commerciale chez Apple ?
- 4- Déterminer les dates au plus tôt et au plus tard de démarrage des différentes tâches ?
- 5- Déterminer le chemin critique et construire le diagramme de GANTT ?

QCM, pour chaque question une ou plusieurs réponses sont justes : si vous cochez toutes les réponses justes, vous aurez 1 point, si votre réponse est juste mais incomplète, vous aurez 0,5 point, si une de vos réponses est fausse, vous aurez -0,5 point.

1. Qui peut être considéré comme manager ?

- a) Celui qui est expert en son domaine d'activité
- b) Celui qui exécute des tâches opérationnelles en entreprise ?
- c) Celui qui travaille avec et grâce aux compétences de ces collaborateurs ?
- d) Celui qui prend des décisions, coordonne les activités et guide l'équipe vers l'objectif ?
- e) Celui qui a un diplôme d'ingénieur ?

2. Que font les managers ?

- a) Ils travaillent de façon autonome sur une tâche spécifique
- b) Ils planifient les tâches de l'organisation
- c) Ils font travailler toute une équipe
- d) Ils sont experts en fiscalité de l'entreprise
- e) Ils sont associés à des tâches de gestion et de supervision

3- Comment définir la stratégie de l'entreprise ?

- a) L'orientation de l'entreprise selon des objectifs clairs à LT
- b) En définissant les détails tactiques spécifiques
- c) Ce sont les activités opérationnelles régulières et les tâches quotidiennes
- d) Une façon de dépasser les problèmes de routine en entreprise
- e) C'est un processus itératif nécessitant adaptation aux conditions du marché et de l'entreprise.

4- A quelle stratégie concurrentielle correspond la définition suivante : « prix plus élevés que ceux de la concurrence » ?

- a) stratégie de concentration .
- b) stratégie de démarcation par rapport à la concurrence
- c) stratégie de différenciation
- d) stratégie de domination par les coûts
- e) stratégie d'intégration en amont

5- Comment caractériser une stratégie de domination par les coûts ?

- a) prix alignés sur ceux pratiqués par la concurrence
- b) prix plus attractifs que ceux pratiqués par le marché
- c) prix différents en fonction du segment de clientèle
- d) prix moins élevés que ceux de la concurrence
- e) prix plus élevés que ceux de la concurrence

6) Quels sont les différents types de manager selon Lickert ?

- a) Le manager dévoué
- b) Le manager autoritaire
- c) Le manager consultatif
- d) Le manager motivé
- e) Le manager paternaliste

7) Que préconise TAYLOR à travers l'OST (Organisation Scientifique du Travail) ?

- a) Décomposition des tâches
- b) Chronométrage des temps d'exécution
- c) Spécialisation des individus
- d) Rémunération au rendement
- e) Autonomie et liberté des salariés

8) Parmi les propositions suivantes, laquelle (ou lesquelles) représente(nt) une menace pour l'entreprise ?

- a) Difficultés d'approvisionnement
- b) Des relations avec les parties prenantes de l'entreprise
- c) Les fluctuations économiques et les changements réglementaires
- d) Augmentation du taux d'activité des femmes
- e) Les problèmes de réputation

9) La culture d'entreprise trouve ses fondements dans :

- a) La culture nationale
- b) Les politiques RH et les règlements internes
- c) Les valeurs fondamentales de l'entreprise
- d) Les normes de comportements de l'entreprise.
- e) Les outils et technologies utilisés au sein de l'entreprise

10) Parmi les affirmations suivantes, laquelle (ou lesquelles) est (sont) juste(s) ?

- a) La culture d'entreprise contribue à forger la vision et la mission de l'entreprise
- b) La culture d'entreprise participe à la construction de l'image de l'entreprise
- c) La culture d'entreprise n'a pas d'influence sur le management
- d) La culture d'entreprise est une économie d'énergie pour l'entreprise
- e) La culture d'entreprise est un facteur d'orientation pour la stratégie de l'entreprise

11) Parmi les propositions suivantes, quelles sont les qualités essentielles pour qu'une information soit de qualité ?

- a) pertinente
- b) fiable et objective
- c) gratuite
- d) subjective
- e) provient de sources crédibles

12) Parmi les propositions suivantes, quelles sont les étapes d'une analyse SWOT

- a) Une analyse interne des forces du projet
- b) Une analyse interne des opportunités du projet
- c) Une analyse externe des faiblesses du projet
- d) Une analyse externe des menaces du projet
- e) Une analyse externe des opportunités du projet

13) Quels avantages offre la structure hiérarchique d'une entreprise ?

- a) Une autonomie des divisions
- b) Une grande flexibilité
- c) Un seul chef hiérarchique
- d) une dualité de commandement
- e) l'unicité de commandement

14) Si une industrie aéronautique décide d'acquérir une entreprise spécialisée dans la recherche de nouvelles formes aérodynamiques pour les avions ?

- a) Il s'agit d'une stratégie de concentration
- b) Il s'agit d'une stratégie de restructuration du portefeuille
- c) Il s'agit d'une stratégie d'intégration
- d) Il s'agit d'une stratégie de croissance
- e) Il s'agit d'une stratégie de différenciation

15) Que permet l'organisation dans le processus managérial ?

- a) L'organisation consiste à attribuer les tâches à chacun
- b) L'organisation consiste à évaluer le travail des membres de l'entreprise
- c) L'organisation permet d'anticiper et de traiter les problèmes opérationnels
- d) L'organisation consiste à déterminer ce qui est à accomplir, quand et combien
- e) L'organisation consiste à fixer des objectifs et déterminer les moyens de leur réalisation

16) Quelles sont les caractéristiques communes d'une organisation ?

- a) Les individus en interaction pour atteindre un but collectif
- b) Les leader et le leadership
- c) Les biens et services
- d) Les moyens financiers
- e) Les cantines

17) Qui est FAYOL et qu'est-ce qu'il préconise au travers de La bureaucratie ?

- a) Un ingénieur Français précurseur de l'école classique de management
- b) La bureaucratie consiste en une division extrême du travail et en une spécialisation des individus
- c) La bureaucratie consiste en une séparation entre ceux qui conçoivent et ceux qui produisent
- d) Un ingénieur américain du courant scientifique
- e) La supériorité de la règle sur les relations interpersonnelles

18) Quelles sont les composantes de l'environnement de l'entreprise ?

- a) Politique et technologique
- b) Financière et communautaire
- c) Stratégique et géologique
- d) Ecologique et économique
- e) Légale et sociale

19) Quelles avantages offre la structure divisionnelle ?

- a) Un contrôle simple
- b) Peu de frais
- c) Une bonne culture d'entreprise
- d) souplesse et capacité d'adaptation au marchés
- e) Autonomie de décisions des divisions

20) Qu'est-ce qu'un Objectif ?

- a) Un objectif est dépendant de l'environnement socioéconomique
- b) Un objectif est spécifique et réalisable
- c) Un objectif est mesurable, atteignable et défini dans le temps
- d) Un objectif est la performance et les résultats recherchés lors de la gestion de l'entreprise
- e) Un objectif est la mission de l'entreprise

21) Que permet l'analyse concurrentielle de l'entreprise ?

- a) Comprendre la stratégie des concurrents et leurs facteurs clés de succès.
- b) Mesurer la rigidité et la sclérose de l'entreprise
- c) Décrire les processus organisationnels de l'entreprise
- d) Identifier les avantages concurrentiels à développer
- e) Mesurer l'intensité concurrentielle

22) Parmi ces éléments qu'est-ce qui constitue un diagnostic interne de l'entreprise ?

- a) L'incidence climatique sur l'entreprise
- b) Les innovations et les évolutions technologiques
- c) Une équipe de gestion efficiente
- d) Un turn over élevé
- e) La performance globale de l'entreprise

23) Qu'est-ce qu'un produit de substitution ?

- a) Une alternative aux clients
- b) Un produit qui améliore les fonctionnalités par rapport à votre produit
- c) Un produit pouvant remplacer le votre ou encore être utilisé à la place du votre.
- d) Un produit qui offre les mêmes fonctionnalités que votre produit
- e) Un bon produit

24) Comment caractériser une stratégie de différenciation ?

- a) La recherche de nouveaux clients ou de nouveaux marchés pour les produits actuels.
- b) L'entreprise s'intéresse à plusieurs segments de marché et commercialise un produit ou un service qui répond aux préférences et besoins de cette clientèle.
- c) L'entreprise possède, un service ou des produits supérieurs et une image de marque
- d) prix moins élevés que ceux de la concurrence
- e) prix plus élevés que ceux de la concurrence

25) Plusieurs stratégies corporate peuvent s'offrir à l'entreprise, parmi ces stratégies nous pouvons distinguer ?

- a) stratégie de différenciation
- b) stratégie de restructuration de portefeuille
- c) La stratégie de retrait
- d) La stratégie de domination par les coûts
- e) La stratégie d'intégration en amont

26) Une stratégie d'intégration vers l'amont a pour objectifs ?

- a) Permettre à une entreprise de se rapprocher de ses clients
- b) Gérer l'approvisionnement de l'entreprise en matières premières
- c) L'acquisition de certaines entreprises concurrentes
- d) D'éviter la dépendance aux fournisseurs
- e) Permettre à l'entreprise de contrôler davantage la distribution de ses produits

27) Parmi ces suggestions lesquelles constituent une vision pour l'entreprise ?

- a) Ouvrir cinq nouveaux magasins
- b) Lister les tâches à faire pour mener à bien les examens
- c) Faire rêver les familles du monde entier
- d) Créer l'entreprise d'énergie la plus intéressante du monde
- e) Réduire les charges de personnel de 15%

28) Quelles sont les caractéristiques d'une structure hiérarchique ?

- a) Communication rapide
- b) Plusieurs responsables pour une même tâche
- c) Un seul chef
- d) Absence de culture d'entreprise
- e) Difficile de prendre l'initiative

29) En quoi consiste la stratégie d'intégration en aval ?

- a) Acheter la concurrence
- b) Acheter les fournisseurs
- c) Acheter l'administration publique
- d) Acheter le réseau de distribution
- e) Acheter la douane

30) En quoi consiste la stratégie de diversification en entreprise ?

- a) Diversifier le réseau de distribution
- b) Diversifier l'organisation de l'entreprise
- c) Diversifier les systèmes de contrôle
- d) Diversifier les styles de direction
- e) Diversifier la production

BONNE CHANCE