

METHODOLOGIE POUR L'EPREUVE MSDGN BAC STMG

- Bien lire la question,
- Identifier le verbe directeur et le mot clé (le définir dans votre réponse idéalement)
- Inscrire les formules de calcul sur la copie

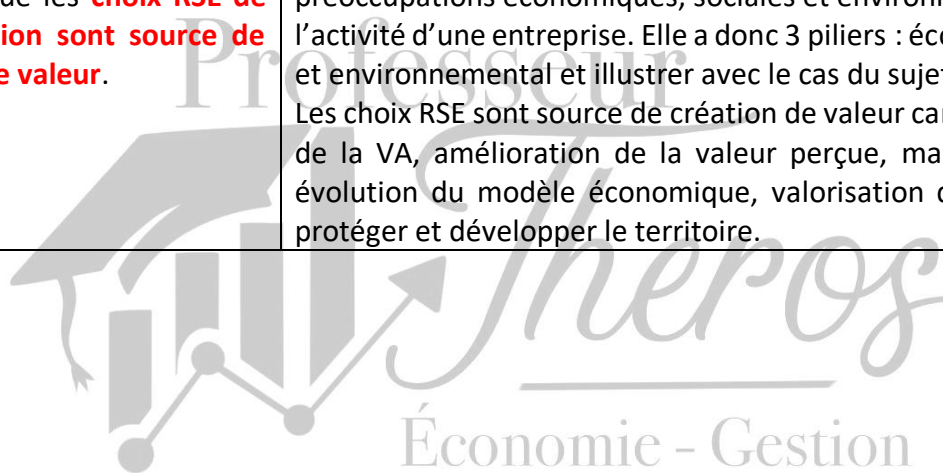
N°	Question	Éléments de réponse attendus
QUESTIONS MANAGEMENT 1^{ère}		
1	Présenter l'activité principale, les partenaires et les ressources clés du modèle économique de l'entreprise.	Préciser l'activité Partenaires : fournisseurs Ressources : à classer en forces / faiblesses avec les ressources humaines, financières, matérielles, immatérielles et technologiques
2	Identifier (ou présenter) les finalités de l'organisation.	Economique (profit, pérennité), sociale (bien être des salariés, insertion des travailleurs, développement économique du territoire) et environnementale (gestion des déchets, préservation des ressources) donc sociétale.
3	En une quinzaine de lignes, montrer que l'activité de cette organisation lui permet de se développer sans remettre en cause ses finalités .	L'activité génère un CA, un bénéfice permettant ainsi de se développer. Elle possède des financements qui lui permettent d'investir, d'assurer son activité... Cela ne remet pas en cause ses finalités car... parler des finalités économiques, sociales, environnementales...
4	Montrer que l'entreprise poursuit une finalité environnementale et que cela répond aux attentes de ses parties prenantes .	Elle poursuit une finalité environnementale car elle est attentive à la gestion de ses déchets, au transport, limiter le gaspillage, la pollution... Cela répond aux attentes de ses parties prenantes qui souhaitent ...
5	Repérer les actions mises en œuvre par l'organisation de la société civile pour réaliser son objet social .	Les OSC regroupent une grande diversité d'organisations qui poursuivent un but non lucratif. Ici, l'objet social (sa mission, pourquoi elle a été créée) est... et pour cela elle a mis en œuvre différentes actions : ...
6	Montrer que l'activité de cette organisation relève d'une mission de service public .	Les activités sont... Cela relève d'une mission de service public car satisfaction de l'intérêt général, relève des compétences de l'Etat, contribue au tissu local...
7	Présenter les forces de l'entreprise. OU Identifier les forces de l'entreprise à travers l'analyse de ses ressources et compétences .	Forces à classer selon les 5 ressources et les 3 compétences : <ul style="list-style-type: none"> - Ressources humaines, financières, matérielles, immatérielles, technologiques - Compétences professionnelles, organisationnelles et commerciales Pour analyser, préciser ce qu'apporte chaque élément identifié à l'entreprise lui permettant de se démarquer. Permet de mettre en lumière les compétences distinctives.

8	Identifier les différentes ressources de l'entreprise.	Classer en forces/faiblesses et identifier les 5 types de ressources : humaines, financières, matérielles, immatérielles, technologiques
9	Montrer que l'importance accordée aux ressources humaines est une force pour l'entreprise.	Une entreprise peut se montrer soucieuse des conditions de travail de ses salariés, de la qualité de vie au travail : cela favorise l'implication et la motivation des salariés qui seront ainsi plus productifs. La flexibilité et la polyvalence des salariés sont aussi une force. La formation fidélise les employés et renforce leurs compétences afin d'en faire un avantage concurrentiel. ⇒ A adapter au cas proposé
10	Repérer les forces de l'organisation et les opportunités de l'environnement.	Forces (à classer selon les 5 ressources et les 3 compétences) : - Ressources humaines, financières, matérielles, immatérielles, technologiques - Compétences professionnelles, organisationnelles et commerciales Opportunités (à classer selon macro et micro) : - Micro (clients, fournisseurs, concurrents) - Macro (PESTEL)
11	Présenter des éléments du diagnostic interne de l'entreprise.	Forces et faiblesses (à classer selon les 5 ressources et les 3 compétences) : - Ressources humaines, financières, matérielles, immatérielles, technologiques - Compétences professionnelles, organisationnelles et commerciales
12	Analyser la pertinence, au regard des opportunités de l'environnement, de la décision de se spécialiser dans ...	Les opportunités sont ... classer selon macro et micro. On peut parler du marché, des modes de consommation, de l'environnement... Cela est cohérent avec sa décision de se spécialiser car ... (relier avec les opportunités identifiées).
13	Montrer que l'organisation détient des compétences distinctives . Justifier. OU Identifier les compétences distinctives de l'entreprise sur son marché.	Les compétences distinctives sont : la gestion de la relation client personnalisée, la formation régulière des salariés, la capacité à s'adapter rapidement pour se distinguer de ses concurrents, des compétences spécifiques, une expertise, une bonne communication... Ce sont des compétences distinctives car elles sont difficilement imitables, reconnues de tous, durables, significatives, elles permettent de se différencier de la concurrence et sont rares.
14	Identifier les avantages concurrentiels de l'entreprise et démontrer que ces avantages lui ont permis de faire face aux menaces .	Un avantage concurrentiel est un élément maîtrisé par une entreprise que ses concurrents ne détiennent pas. Un avantage concurrentiel doit durer dans le temps et être difficile à imiter. Cela peut être une qualité supérieure, une innovation supplémentaire, une capacité... Cela permet de répondre aux menaces car ...
15	Déterminer , à partir du repérage des opportunités du macro-environnement , les facteurs clés de succès du marché à maîtriser.	Classer selon le PESTEL, identifier les éléments et donner les FCS Exemple : les ventes en ligne se développent et l'entreprise se tourne vers le e-commerce, ce qui lui garantit du succès. Autres exemples de FCS : maîtrise de la qualité, prix compétitif, emplacement géographique...

	<p>OU Repérer les facteurs clés de succès du marché.</p>	
16	<p>Présenter les menaces issues de l'environnement de l'organisation. OU Identifier les menaces auxquelles l'entreprise doit faire face.</p>	<p>Classer en micro et macro. On peut parler des variations de prix, des problèmes liés aux attentes des clients, des concurrents, du marché, du contexte...</p>
17	<p>Détecter les tendances du marché de l'entreprise en vous appuyant sur les taux d'évolution des ventes.</p>	<p>Calculer des taux d'évolution : $(VA - VD) / VD \times 100$ Le marché est en croissance ou en décroissance, les ventes se sont accrues ou ont diminué. Les clients sont plutôt en demande de ce produit ou au contraire le rejettent...</p>
18	<p>En une quinzaine de lignes, évaluer la capacité de l'entreprise à s'adapter à un environnement de moins en moins prévisible.</p>	<p>Environnement instable où il faut s'adapter rapidement, être agile pour répondre aux changements. Adaptation de la production en passant aux flux tendus par exemple, sécurisation des approvisionnements et des livraisons. Les salariés sont devenus polyvalents et impliqués pour répondre aux changements imprévisibles.</p>
19	<p>Identifier l'avantage concurrentiel de l'entreprise.</p>	<p>Un avantage concurrentiel est ce qui permet à une entreprise de surpasser ses concurrents. Il doit être difficilement imitable et pérenne. Cela peut être : capacité à innover (Coca-Cola), expérience exceptionnelle (Disney), luxe (Chanel), situation géographique, savoir-faire spécifique, brevet exclusif...</p>
20	<p>Identifier les options stratégiques choisies et apprécier leur pertinence. OU Relever l'option stratégique mise en œuvre par l'organisation et expliquer sa pertinence. OU Qualifier l'option stratégique décidée. Justifier votre réponse. OU Caractériser l'option stratégique à laquelle correspond la décision de ... et apprécier sa pertinence. OU Présenter et qualifier l'option stratégique ainsi que la</p>	<p>Stratégies d'entreprise : choisir parmi spécialisation, diversification, domination par les coûts, différenciation, externalisation, intégration... Parfois plusieurs sont possibles (être vigilant sur la tournure de la question) Modalités de développement : croissance interne (augmentation CA), croissance externe (partenariat, acquisition) ou internationalisation. A justifier Justifier le choix : ils sont spécialisés dans... car... C'est pertinent car ou cela permet de répondre aux évolutions de l'environnement pour satisfaire une clientèle exigeante, monter en gamme, améliorer l'expérience client, assurer la qualité, être plus efficace, maîtriser les coûts, être plus rentable, sécuriser les approvisionnements, être + réactif, répondre à de nouveaux besoins par exemple.</p>

	<p>modalité de développement décidées par l'entreprise. OU Analyser les choix stratégiques actuels de l'entreprise. OU Repérer et analyser la stratégie menée par l'entreprise. OU Présenter le choix stratégique retenu par l'entreprise pour faire face à son marché. OU Repérer les choix stratégiques du dirigeant et apprécier leur pertinence. OU Repérer les choix stratégiques et les modalités de développement opérés par l'entreprise puis montrer que chacun d'entre eux a permis de répondre aux évolutions de son environnement.</p>	
21	<p>Conclure sur la nécessité de faire évoluer la stratégie de l'entreprise.</p>	<p>Pour ces raisons, ... (rentabilité, complexité de l'offre, dépendance à une seule activité, problème de positionnement...), il convient d'abandonner telle stratégie ou d'en adopter une autre... (spécialisation, diversification, domination par les coûts, différenciation, externalisation, intégration) Préciser les éventuels dangers de cette modification notamment sur les parties prenantes.</p>
22	<p>Déterminer si la décision prise relève du management stratégique ou du management opérationnel. Justifier votre réponse.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Management stratégique : à long terme, pris par le dirigeant, coûteux, irréversible, mobilise toute l'organisation - Management opérationnel : à court terme, pris par les niveaux hiérarchiques inférieurs, peu coûteux, réversible, mobilise une petite partie de l'organisation
23	<p>Présenter les composantes de l'écosystème de l'organisation et montrer l'intérêt qu'elle peut en retirer. OU Démontrer que l'entreprise fait partie d'un écosystème.</p>	<p>Un écosystème est un environnement autour d'une organisation dont les membres sont ses parties prenantes.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le territoire local pour faire des partenariats - Bénéficiaire d'infrastructures des partenaires - Partenaire avec des structures sociales pour mettre en place des actions solidaires - Valoriser le patrimoine local et des valeurs par des actions / animations avec des prestataires - Proposition de produits locaux pour faire vivre le tissu économique local (relations commerciales)

		-
24	En une quinzaine de lignes, identifier les interactions existantes entre l'organisation et son écosystème.	L'organisation bénéficie des ressources de son territoire (parler des 5 types de ressources si possible) ... Cela a des effets socio-économiques et environnementaux : favoriser l'emploi local, accès à des biens et services, mieux rémunérer les acteurs du territoire, créer du lien social, protéger l'environnement...
25	Apprécier la démarche RSE de l'organisation par rapport aux attentes des clients.	L'organisation a mis en place une démarche RSE car (citer les actions et les classer par économique, social et environnemental). Cela répond aux attentes des clients qui demandent du partage, de la citoyenneté, une baisse de consommation d'énergie, des actions respectueuses de la nature et des relations humaines...
26	En une quinzaine de lignes, montrer que les choix RSE de l'organisation sont source de création de valeur.	La RSE est une démarche qui vise à prendre en compte les préoccupations économiques, sociales et environnementales dans l'activité d'une entreprise. Elle a donc 3 piliers : économique, social et environnemental et illustrer avec le cas du sujet. Les choix RSE sont source de création de valeur car : augmentation de la VA, amélioration de la valeur perçue, maîtrise des coûts, évolution du modèle économique, valorisation des RH, fédérer, protéger et développer le territoire.



QUESTIONS MANAGEMENT / RH Terminale

27	<p>Identifier le domaine d'activité stratégique (DAS) de l'entreprise.</p> <p>OU</p> <p>Présenter les DAS de l'organisation.</p>	<p>Un domaine d'activité stratégique est un ensemble d'activités pour lesquelles les facteurs clés de succès, les ressources et les compétences sont les mêmes, sur un marché spécifique.</p> <p>Par exemple, Apple est présent sur le DAS des ordinateurs portables dont les concurrents sont Dell et HP, mais aussi sur celui des téléphones portables dont les concurrents sont Samsung et Huawei et enfin sur les objets connectés dont les concurrents sont Xiaomi et Google Home.</p>
28	<p>Identifier les parties prenantes de l'organisation.</p> <p>OU</p> <p>Identifier les parties prenantes de l'organisation et préciser leur rôle respectif.</p> <p>OU</p> <p>Identifier les acteurs internes et externes de l'entreprise et montrer leurs intérêts respectifs.</p> <p>OU</p> <p>Montrer comment l'usage de l'outil X répond aux attentes des parties prenantes de l'entreprise.</p> <p>OU</p> <p>Identifier les parties prenantes de l'entreprise puis montrer que les actions mises en place dans le cadre de sa RSE répondent à leurs attentes respectives.</p>	<p>Une partie prenante est un individu ou groupe d'individus qui exerce une influence directe ou indirecte sur l'activité de l'organisation.</p> <p>Classer parties prenantes internes (salariés, dirigeant, bénévoles, actionnaires...) et externes (Etat, clients, fournisseurs, concurrents...)</p> <p>Rôle / intérêts :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dirigeant : dirige, fixe les objectifs, assure la pérennité de l'entreprise, assure le profit, soucieux de la bonne image de l'entreprise - Actionnaires : rentabilisent leurs investissements - Salariés : assurent les tâches, veulent de bonnes conditions de travail, une rémunération juste et une évolution de carrière - Fournisseurs : fournissent, livrent - Clients : achètent, souhaitent des produits de qualité - Partenaires divers : voir selon le cas - Concurrents : proposent une offre plus ou moins similaire - Banques : soutiennent les projets et attendent le remboursement des prêts - Etat : encourage les projets des entreprises et perçoit les impôts et taxes <p>Dans le cadre de la RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises), l'entreprise est conforme au pilier environnemental car soutien à l'environnement, préservation de la biodiversité et au pilier social car formations, amélioration des conditions de travail...</p>
29	<p>En une quinzaine de lignes, analyser les enjeux éthiques auxquels l'organisation est confrontée.</p>	<p>Dispositifs éthiques : RSE, réduction des coûts environnementaux, écogestes, aide financière aux OSC, mise en avant de causes, parité, transparence des pratiques, inclusion, valeurs...</p> <p>Enjeux : améliorer l'image, la notoriété et la réputation, partager des valeurs, lutter contre les discriminations, améliorer le climat social et les relations avec les parties prenantes, faire évoluer les pratiques, se distinguer de la concurrence, inspirer confiance...</p>
30	<p>En une quinzaine de lignes et en structurant votre propos, montrer que l'éthique et les valeurs de l'entreprise</p>	<p>L'éthique consiste à mettre en place des pratiques et démarches vertueuses. Ces démarches responsables doivent favoriser le bien-être de l'organisation, de l'entreprise, mais aussi des salariés.</p>

	contribuent à la satisfaction de l'ensemble de ses parties prenantes .	Les valeurs désignent les croyances, motivations et attentes, qui se manifestent à travers nos comportements, nos habitudes, nos décisions et nos actions quotidiennes. Cela passe par la démarche RSE avec par exemple des valeurs environnementales, un engagement vis-à-vis des salariés qui seront ainsi + motivés et efficaces dans leur travail. Par des actions en faveur de l'environnement et des acteurs locaux, une entreprise peut contribuer à satisfaire l'ensemble de ses parties prenantes tout en continuant sa quête de profit. Les actions qui accompagnent ces valeurs éthiques doivent être concrètes et sincères pour satisfaire les parties prenantes à long terme.
31	Présenter l'intérêt d'une certification écologique .	Structurer la réponse : - Car cela permet de satisfaire des clients sensibles à l'écologie - Cela atteste de la qualité des biens / services - Cela permet d'améliorer la valeur perçue (image de marque, notoriété, satisfaction, réputation...) - Cela peut justifier d'un prix + élevé -
32	Repérer les intérêts du partenariat mis en œuvre entre ... et ...	Faire un tableau pour les deux parties du partenariat ⇒ Ce partenariat permet de bénéficier de ressources financières ⇒ Développer l'activité ⇒ Compléter l'offre ⇒ Optimiser les solutions...
33	En une quinzaine de lignes et à l'aide d'arguments, montrer en quoi le partenariat génère un avantage concurrentiel pour l'entreprise.	Le partenariat peut constituer un avantage concurrentiel pour bénéficier d'une aide, d'une expertise, partager les frais... Ce sont des atouts que les concurrents n'ont pas, cela améliore la qualité et limite les coûts.
34	Analyser le principe de la SCOP et présenter son intérêt pour l'entreprise.	La SCOP est une société coopérative de production. Elle permet de tenir compte des intérêts respectifs des acteurs de l'organisation. En effet, les actionnaires attendent des dividendes, les salariés attendent un bon salaire. Ainsi dans le cas de la SCOP, les salariés prennent part au capital et seront donc plus motivés car ils en détiennent une partie.
35	A travers l'analyse du processus , montrer que l'organisation n'est pas efficace et proposer une amélioration.	Le processus montre une faiblesse : perte de temps et coûts supplémentaires. Le schéma est le suivant : collecte et tri par exemple. Pour limiter les coûts et gagner du temps, on peut...
36	Présenter les caractéristiques du modèle économique (business model) de l'organisation. OU Présenter le modèle économique de l'entreprise. OU	Le modèle économique décrit la façon dont l'organisation crée de la valeur. Plusieurs <i>business model</i> : gratuit, freemium, plateforme, abonnement, location, low-cost. Cela repose sur :

	<p>Analyser le modèle économique choisi par l'entreprise.</p> <p>OU</p> <p>Analyser le modèle économique de l'entreprise en présentant son offre, ses activités principales pour produire puis distribuer.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Proposition de valeur économique, sociale c'est-à-dire l'offre de l'entreprise - Quels sont les clients ? - Quelle infrastructure ? - Quelles sont les sources de revenus ? - Quels sont les différents coûts ?
37	<p>En une quinzaine de lignes, expliquer pourquoi le modèle économique de cette organisation est création de valeur.</p>	<p>Ce modèle économique est création de valeur au niveau des :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Infrastructures - Clients - Coûts - Sources de revenus <p>Justifier dans tous les cas vos arguments</p>
38	<p>Montrer que l'entreprise met en place une politique de GPEC adaptée à ses projets.</p>	<p>La politique de GPEC est une démarche qui vise à anticiper les évolutions de l'environnement et adapter les ressources humaines sur un plan qualitatif et quantitatif.</p> <p>C'est le cas car mise en place de formations, recrutements de salariés sur des compétences spécifiques, prise en compte des mobilités...</p> <p>Cela est cohérent avec ses projets car volonté de se développer sur d'autres activités (diversification), volonté d'impliquer et de fidéliser les RH en proposant des parcours professionnels attractifs.</p>
39	<p>Montrer que les attentes des différents acteurs internes sont convergentes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Salariés : rémunération, implication, formation, employabilité - Dirigeant : pérenniser l'organisation, assurer sa rentabilité <p>Les attentes des acteurs internes sont convergentes car ils souhaitent tous...</p>
40	<p>Identifier les attentes des clients de l'organisation.</p>	<p>Découvrir, rencontrer, produits diversifiés et locaux, proche de la nature, nouvelles technologies, offre personnalisée, relation de proximité, exigence rapport qualité / prix...</p>
41	<p>Identifier et justifier les mécanismes de coordination mobilisés dans cette organisation.</p> <p>OU</p> <p>Décrire les mécanismes de coordination mis en place au sein de cette organisation.</p> <p>OU</p> <p>Présenter le mode de coordination mis en place entre les collaborateurs de l'entreprise.</p>	<p>Référence à Mintzberg, choisir parmi (plusieurs choix possibles selon la tournure de la question) :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Coordination par un seul individu ou supervision directe : la hiérarchie fixe les objectifs - Coordination des tâches entre les individus ou ajustement mutuel : travail d'équipe, mobilisation des salariés - Coordination par le biais des résultats, normes, procédures et qualifications ou standardisation par les procédés : qualification et formation des salariés, procédures strictes et normées - Coordination par automatisation des processus
42	<p>Identifier les facteurs de motivation à l'œuvre dans</p>	<p>Les différents facteurs de motivation sont (classer interne / externe) :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Salariés impliqués dans les projets

	<p>l'organisation et présenter leurs effets sur les salariés.</p> <p>OU</p> <p>Montrer que différents facteurs de motivation ont permis de contribuer favorablement à la cohésion de groupe.</p> <p>OU</p> <p>Présenter les facteurs de motivation et préciser leur pertinence.</p> <p>OU</p> <p>Présenter les dispositifs mis en place par l'entreprise pour favoriser la motivation des salariés.</p> <p>OU</p> <p>Distinguer les facteurs de motivation des salariés de l'entreprise.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Collaboration - Forte culture d'entreprise, fortes valeurs - Bonne ambiance, dynamique de groupe - Conditions de travail motivantes, inclusion - Formation - Rémunération attractive, prime, tickets resto, mutuelle - Actions en faveur de la santé des salariés - Nombreux défis proposés (développement personnel, responsabilisation) - Horaires flexibles... <p>Cela permet de développer le sentiment d'appartenance, renforcer la cohésion et le sentiment d'accomplissement, reconnaissance...</p> <p>Ces facteurs impliquent les salariés et confortent donc la cohésion de groupe.</p>
43	<p>Repérer les valeurs qui fondent la culture de l'organisation.</p> <p>OU</p> <p>Présenter les valeurs de l'entreprise en illustrant chacune d'entre elles par des actions réalisées par l'entreprise.</p>	<p>La culture d'organisation rassemble des valeurs, normes, principes partagés par les individus qui composent l'organisation.</p> <p>Les valeurs peuvent être : respect, communication, échange, transparence, cohésion, esprit familial, solidarité, esprit écologique, savoir-faire, excellence, qualité, responsabilité, innovation...</p> <p>Exemples d'actions : formation, partenariats, amélioration des conditions de travail, investissement en R&D, organisation de repas...</p>
44	<p>Repérer les principaux éléments de la culture de l'entreprise et montrer qu'ils constituent un atout pour fidéliser les salariés et les partenaires.</p>	<p>La culture de cette entreprise comprend un management participatif, un engagement fort des parties prenantes, des valeurs fortes, un respect de l'environnement...</p> <p>Cela permet de fidéliser les salariés et les partenaires qui se retrouvent dans un cadre serein avec des valeurs partagées → maintien de bonnes relations avec les parties prenantes.</p>
45	<p>Qualifier le style de direction et analyser son intérêt pour l'organisation.</p> <p>OU</p> <p>Identifier le style de direction mis en œuvre. Justifier votre réponse.</p> <p>OU</p> <p>Analyser la pertinence du style de direction mis en place au sein de l'entreprise.</p>	<p>Choisir parmi autoritaire, consultatif, participatif ou paternaliste en justifiant avec des éléments concrets du cas.</p> <p>Montrer les atouts du style de direction choisi : écoute, confiance, responsabilités, implication, motivation, productivité, cohésion, bonne ambiance, concertation, protection des salariés, adapté au style de l'organisation, correspond à la culture et aux valeurs de l'organisation ainsi qu'à la personnalité du dirigeant.</p>

	<p>OU Caractériser et illustrer le style de management adopté par le dirigeant.</p> <p>OU Définir le style de direction exercé par le dirigeant dans son entreprise.</p>	
46	<p>Présenter les actions menées par l'entreprise pour améliorer sa marque employeur.</p>	<p>La marque employeur est l'image d'une entreprise auprès de ses employés et des candidats potentiels. Elle permet d'attirer de nouveaux talents.</p> <p>Pour l'améliorer, on peut : mesurer le bien-être des salariés et publier l'indicateur, nouer des partenariats pour faire connaître l'entreprise, communiquer sur le mode de management, communiquer sur les valeurs, se mettre en avant sur le site de l'entreprise...</p>
47	<p>Déterminer le montant du budget de formation en pourcentage de la masse salariale puis le coût de la formation par salarié formé. Commenter vos résultats.</p>	<p>Montant du budget de formation en % de la masse salariale = $\frac{\text{montant consacré à la formation}}{\text{masse salariale}} \times 100$</p> <p>Coût de la formation par salarié formé = $\frac{\text{montant consacré à la formation}}{\text{nombre de salariés formés}}$</p> <p>Pour commenter, dire si beaucoup de salariés sont formés ou non, ce que cela représente dans le montant de la masse salariale. L'entreprise a la volonté (ou non) d'accompagner ses salariés dans leur montée en compétences.</p>
48	<p>Montrer l'intérêt de la formation des salariés pour l'entreprise et pour les salariés eux-mêmes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Intérêt pour l'entreprise : être plus compétitif, faciliter le travail des collaborateurs, faire face aux évolutions technologiques, fidéliser les collaborateurs, renforcer le sentiment d'appartenance, améliorer la satisfaction client grâce au savoir-faire des salariés... - Intérêt pour les salariés : maîtriser les nouvelles technologies, garantir son employabilité, mettre à jour ses compétences...
49	<p>En une quinzaine de lignes et de manière structurée, montrer que la performance sociale est une préoccupation de l'entreprise.</p> <p>OU Apprécier la performance sociale de l'entreprise à partir d'indicateurs pertinents.</p> <p>OU Comparer les indicateurs de performance sociale de l'entreprise avec ceux de son secteur.</p>	<p>La performance sociale désigne le niveau quantitatif et qualitatif des résultats obtenus par une entreprise en matière de climat social, comme le bien-être au travail des salariés et le comportement des dirigeants et des cadres à l'égard de leurs subordonnés.</p> <p>On peut la mesurer grâce à l'absentéisme, les accidents du travail, les formations mises en place, le turn-over, la parité, la construction de la rémunération, le bien-être au travail... A relier au cas du sujet impérativement.</p> <p>La performance sociale est bonne ou non car...</p> <p>Comparer par rapport au secteur pour évaluer.</p>

50	Montrer l'intérêt pour une organisation d'avoir une logistique performante .	La logistique concerne l'approvisionnement, le transport et le stockage des produits du fournisseur au client final. Une logistique performante permet de piloter + efficacement la chaîne globale d'approvisionnement. Exemples : confier la livraison à des sous-traitants spécialisés, dématérialiser quand c'est possible, identifier le rôle de chacun dans la chaîne logistique. Si la logistique est performante, c'est un avantage concurrentiel qui rend l'organisation + productive, + flexible et + qualitative.
51	Démontrer l'intérêt pour une entreprise de choisir un mode de production en flux tendus .	Evite les stocks, livraison rapide, fidélisation du client Ce mode de production permet de gagner en réactivité et en flexibilité pour mieux répondre aux attentes des clients.
52	En une quinzaine de lignes, montrer que le mode de production choisi par l'entreprise lui permet d'être flexible tout en garantissant la qualité de ses produits.	Caractériser d'abord le mode de production : à l'unité, par lot, en série Analyser les méthodes d'approvisionnement, la main d'œuvre et le contrôle qualité. Etablir le lien entre flexibilité et qualité des produits.
53	Préciser les raisons qui justifient le lancement de deux nouvelles structures de production ou vente .	Cela peut être pour faire face à la demande du marché, à l'évolution des modes de consommation, une augmentation de la demande, un accroissement des capacités de production, cibler une nouvelle clientèle...
54	Décrire l'organisation du travail adoptée.	C'est une organisation de travail souple (toyotisme) ou rigide (taylorisme) et donner les caractéristiques de l'organisation de travail choisie.
55	Présenter les modalités du contrôle qualité mises en place et en démontrer l'intérêt.	Le contrôle qualité peut reposer sur la vérification des matières premières, du processus de production, le contrôle des conditions de production, des conditions de stockage et l'aspect final du produit. L'intérêt est de maintenir la qualité pour proposer du haut de gamme, se démarquer de la concurrence, maintenir son image de marque...
56	Relever dans les activités de la chaîne de valeur , les éléments de la démarche qualité mise en place dans l'entreprise.	La chaîne de valeur comprend : <ul style="list-style-type: none"> - Les infrastructures - La gestion des ressources humaines - La recherche et développement - Les approvisionnements - La logistique - La production - La commercialisation - Les services Relever donc des éléments relevant de ces dimensions. Ex : technique de fabrication qualitative pour la dimension production.

QUESTIONS MARKETING ET DIGITALES

57	<p>Décrire la démarche marketing adoptée par l'organisation et apprécier sa pertinence.</p>	<p>Plusieurs étapes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analyse du marché - Penser les produits avant de les proposer - Etudier les nouvelles tendances de consommation pour identifier les besoins - Déterminer l'offre à mettre sur le marché - Approche marketing réactive, anticipatrice, proactive ou médiatrice et justifier <p>C'est cohérent car cela répond aux besoins détectés sur le marché et en cohérence avec les orientations stratégiques de l'organisation...</p>
58	<p>Caractériser l'approche marketing de l'organisation et présenter l'évolution de son offre commerciale. OU Caractériser l'approche marketing mise en œuvre par l'entreprise. OU Présenter l'approche marketing de l'entreprise. Justifier votre réponse. OU Qualifier l'approche marketing déployée par l'entreprise et montrer que cette approche est cohérente avec le choix stratégique retenu.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Approche marketing réactive, anticipatrice, proactive ou médiatrice et justifier - L'évolution de son offre commerciale repose sur + de qualité, des prix compétitifs, une expérience client personnalisée, développement de la gamme... <p>C'est cohérent avec la stratégie (spécialisation, diversification, domination par les coûts, différenciation...) car pour répondre au marché, répondre aux besoins de la clientèle, anticiper, gagner des PDM par exemple...</p>
59	<p>Démontrer l'intérêt de développer la digitalisation de sa relation client.</p>	<p>Permet de collecter des informations apportant une connaissance sur le client, cela permet de mieux adapter l'offre et de suivre plus facilement la relation client grâce aux TIC.</p>
60	<p>Expliquer comment l'entreprise pourrait exploiter la digitalisation de sa relation client.</p>	<p>La digitalisation de la relation client permet de récolter des données personnelles pour mieux connaître les clients et accroître leur satisfaction.</p> <p>En analysant ses ventes en volume et en valeur, l'entreprise peut définir une offre personnalisée et adaptée.</p> <p>Elle peut aussi optimiser sa logistique grâce à la circulation de l'information.</p>
61	<p>Montrer que la mise en place d'un logiciel permet d'améliorer la relation client et la coordination des équipes.</p>	<p>Un logiciel type PGI peut permettre d'améliorer la relation client grâce à un contact permanent et instantané, une personnalisation de la relation client. Cela permet aussi de consulter toutes les infos relatives au client grâce à la dématérialisation.</p> <p>C'est aussi un moyen de coordonner les équipes qui seront ainsi connectées (possibilité d'être contacté à tout moment par le client), elles auront accès à tout, tout le temps...</p> <p>Cela permet d'être réactif, de planifier, d'être + rapide et efficace.</p>

62	Expliquer comment le service X améliore la connaissance client .	Ce service permet au client de mieux connaître l'entreprise, il peut communiquer ses données personnelles que l'entreprise peut réutiliser pour avoir des infos sur ses clients et ainsi proposer une offre plus adaptée aux besoins.
63	Evaluer la valeur perçue de l'organisation. OU Analyser la valeur perçue par les clients en termes de satisfaction et de qualité .	La valeur perçue correspond à la valeur d'un bien ou d'un service dans l'esprit du consommateur en considération de ses caractéristiques et des bénéfices qu'il souhaite en retirer. La valeur perçue se traduit par la notoriété, l'image de marque, la satisfaction des clients, la réputation... Analyser ces indicateurs avec le taux de satisfaction, les avis laissés, la qualité ressentie... La valeur perçue est correcte, bonne ou mauvaise car la satisfaction est au beau fixe ou est insuffisante...
64	Détailler les moyens par lesquels l'entreprise entretient sa e-réputation .	Présence sur les réseaux sociaux, application mobile, elle met en avant des valeurs, des normes, la qualité de ses produits et de son expérience client.
65	Identifier l'apport des médias numériques dans la constitution de l'e-réputation .	<ul style="list-style-type: none"> - Publicité en ligne pour mettre en avant un élément - Avis des internautes pour fidéliser les clients et en attirer de nouveaux - Référencement sur les moteurs de recherche pour accroître la notoriété
66	Présenter les impacts des avis laissés par les internautes sur l'attractivité de l'organisation.	Les avis ont un impact positif (négatif) car on perçoit que les notes sont très bonnes (mauvaises). Les avis sont importants car ils sont très consultés par les clients, cela permet d'attirer ou de fidéliser. Si les avis sont négatifs, ils peuvent nuire à la réputation.
67	Justifier le positionnement de la marque en vous appuyant sur les taux de marge .	Comparer les prix appliqués par l'entreprise et par la concurrence, expliquer pourquoi si c'est possible. Qualifier le positionnement : bas de gamme, milieu de gamme ou haut de gamme en justifiant Taux de marge : $\text{marge} / \text{coût de production} \times 100$ (à comparer aussi)
68	Repérer les outils numériques utilisés par l'entreprise et justifier leur intérêt pour l'organisation et pour ses clients.	Outils numériques : logiciel, solution CRM, application <ul style="list-style-type: none"> - Intérêts pour l'organisation : améliorer l'expérience client, connaître les besoins de ses clients, collecter des infos sur les clients, les fidéliser, se différencier de la concurrence... - Intérêts pour les clients : bénéficier d'une meilleure offre de biens / services, personnaliser leur offre, suivre leurs commandes...
69	Identifier les technologies numériques permettant de renforcer la collaboration au sein de l'entreprise.	Pour favoriser la collaboration en interne, on peut mettre en place : des sites collaboratifs, des forums, des visioconférences (Skype), des agendas partagés (Google Agenda), des réseaux professionnels (Teams), tablettes, logiciel de gestion des tâches (Trello), plateforme de partage de documents (Google Drive, One Drive).
70	En une quinzaine de lignes, montrer de façon structurée et argumentée, en quoi l'apport des nouvelles technologies numériques contribue à améliorer la relation client .	Plusieurs outils numériques peuvent aider à la mise en œuvre de la relation client : <ul style="list-style-type: none"> - Site internet pour visualiser et acheter l'offre proposée par l'entreprise

		<ul style="list-style-type: none"> - Réseaux sociaux pour communiquer, émettre des avis, des recommandations en faveur de l'entreprise et ainsi améliorer sa réputation et attirer de nouveaux clients - Newsletter pour créer une relation personnalisée avec le client et le fidéliser ou en conquérir de nouveaux <p>Ces outils numériques sont en faveur du développement de la relation client car ils renforcent la connaissance de l'entreprise sur lui, permettent de communiquer et de faciliter la relation.</p>
71	<p>En une quinzaine de lignes et de manière structurée, montrer que les outils numériques de l'entreprise sont au service de l'amélioration de la performance commerciale.</p>	<p>Les outils numériques peuvent être : les courriels pour fidéliser, les réseaux sociaux pour améliorer la notoriété, le site internet pour augmenter la visibilité et les ventes, un logiciel de suivi pour mieux suivre les clients et assurer leur satisfaction.</p> <p>Nous percevons ainsi le lien étroit entre les outils numériques et l'amélioration des différents indicateurs de la performance commerciale.</p>
72	<p>Analyser les avantages et les inconvénients d'un site de vente en ligne. Proposer des améliorations pour poursuivre une transformation digitale. OU Présenter les avantages et les inconvénients pour l'entreprise de disposer d'un service de vente en ligne.</p>	<p>Proposer un tableau avantages / inconvénients :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Avantages : augmenter les ventes, la visibilité, recueillir des infos sur les clients (digitaliser la relation client en respectant le RGPD), mesurer la satisfaction client, élargir la clientèle et la zone géographique... - Inconvénients : coût de création et de gestion, compétences linguistiques pour s'internationaliser, coût de référencement dans les moteurs de recherche, perte de proximité, nécessité d'adapter la chaîne logistique <p>Pour assurer la transformation digitale : possibilité de site marchand et pas seulement site vitrine, automatiser les commandes, payer en ligne, être présent sur les réseaux sociaux pour gagner en notoriété, mettre en place un PGI pour tout automatiser dans le processus de commande.</p>
73	<p>Identifier les avantages et les limites de l'utilisation d'une messagerie instantanée externe à l'entreprise.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Avantages : on peut joindre directement la bonne personne, cela nécessite souvent une simple application et c'est assez convivial - Limites : on a du mal à déconnecter, problème de sécurisation des données transmises, risque de dérives dans les conversations, coût des outils technologiques, pose le problème de la sobriété numérique
74	<p>Décrire les technologies numériques mobilisées et les contraintes réglementaires à respecter pour protéger les clients.</p>	<p>Technologies mobilisées : objet connecté, application mobile, logiciel, site internet...</p> <p>L'organisation traite des données personnelles et doit donc se conformer au RGPD en obtenant le consentement des clients, ne pas transmettre les données récoltées, exploiter les données uniquement dans le cadre de l'activité, ne pas les diffuser et les sécuriser.</p>
75	<p>Montrer que l'organisation respecte la législation concernant la collecte des données personnelles.</p>	<p>Une donnée personnelle permet d'identifier un individu grâce à son nom, prénom, courriel...</p> <p>L'organisation demande de cocher une case pour indiquer le motif d'exploitation des données (doit se limiter à l'activité de</p>

	<p>OU Montrer que l'entreprise respecte les contraintes liées à l'utilisation des données personnelles.</p> <p>OU Présenter les mesures à mettre en place pour respecter les contraintes liées à l'utilisation des données numériques dans le cas de la mise en place d'un site de vente en ligne.</p>	<p>l'entreprise). Les mentions légales sont conformes à la réglementation en vigueur et respecte le RGPD.</p> <p>La gestion des cookies indique que les données sont sécurisées et jamais transmises à des tiers.</p> <p>Les droits d'accès et de rectification sont respectés (adresse du responsable pour utiliser les droits).</p> <p>L'organisation recueille le consentement des internautes par un accord explicite (double clic et signature électronique).</p> <p>...</p>
76	<p>Expliquer en quoi la sécurisation des données stratégiques est un enjeu pour l'entreprise.</p>	<p>C'est un enjeu important car les données exploitées peuvent être sensibles. Il faut donc sécuriser les échanges et leur stockage.</p> <p>Une plateforme peut assurer la protection de ces données mais cela nécessite des ressources.</p>
77	<p>Montrer que le PGI permet de coordonner le travail.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Facilite les flux d'infos - Automatise les processus - Meilleur suivi des flux et de l'activité - Fluidifier le travail des RH - Améliorer la fiabilité des infos <p>Le PGI permet de fluidifier les échanges, gain de temps, + de productivité, meilleure coordination entre les acteurs.</p>
78	<p>En une quinzaine de lignes, de façon argumentée et structurée, décrire les impacts positifs et négatifs du recours à l'informatique en nuage (cloud computing) pour les organisations.</p>	<p>L'informatique en nuage est une infrastructure dans laquelle la puissance de calcul et le stockage sont gérés par des serveurs distants auxquels les usagers se connectent via une liaison Internet sécurisée.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Avantages : on peut retrouver ce qui est stocké dessus partout et tout le temps, permet d'améliorer le télétravail, permet de stocker des documents, les partager, risques et gestion à la charge du prestataire qui fournit le <i>cloud computing</i>, facilité d'utilisation, prise en main rapide, espace sécurisé... - Inconvénients : le cloud est limité dans le temps et peut être couteux, peut comporter des risques matériels, risque de perte de données, défaillance technique, risque de paralysie de l'activité, risque de cyberattaque ou piratage...
79	<p>Présenter les différents objectifs de la stratégie de communication pour l'entreprise et pour les salariés.</p>	<p>Classer la réponse pour l'entreprise et pour les salariés :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Entreprise : renforcer l'image, fédérer les salariés, assurer la cohésion, rester compétitive, fidéliser les clients... - Salariés : forte culture d'entreprise porteuse de valeurs, bonnes conditions de travail...
80	<p>Repérer les différentes modalités de communication de l'organisation et analyser leur pertinence.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Communication interne (journal, portail intranet, newsletter, rencontres) pour motiver, fidéliser et impliquer les salariés - Communication externe (Facebook, Instagram, application, site internet, presse) pour informer, communiquer et entretenir la relation client

		<ul style="list-style-type: none"> - Communication institutionnelle (identité visuelle, uniformes, rapport RSE) pour communiquer, promouvoir les valeurs - Communication commerciale (application, internet, newsletter, rencontres) pour fidéliser et attirer les clients - Communication financière (communiqué de presse, assemblée générale) pour informer sur la santé financière de l'organisation...
81	<p>En une quinzaine de lignes, expliquer comment la nouvelle offre de l'entreprise s'inscrit dans l'évolution des modes de consommation.</p> <p>OU</p> <p>Montrer que l'offre de l'entreprise répond aux nouveaux modes de consommation.</p>	<p>La nouvelle offre est... elle comporte...</p> <p>Elle répond aux nouveaux modes de consommation car prise en compte du partage, échange, numérique, préoccupations environnementales, modes de vie indépendants, volonté de consommer des produits de qualité et locaux (sains et équilibrés)</p> <p>...</p>
82	<p>Conclure sur l'intérêt de maintenir un site de vente en ligne au regard de la performance commerciale.</p>	<p>Un site de vente en ligne peut permettre de générer du CA, gagner des PDM (parts de marché) et fidéliser les clients.</p> <p>Il faut cependant observer tous ces indicateurs pour dire s'il est pertinent de le conserver ou non.</p>



QUESTIONS GESTION FINANCE

83	<p>Analyser l'évolution du CA et évaluer la performance commerciale.</p> <p>OU</p> <p>Apprécier l'évolution de la performance commerciale entre 20... et 20...</p> <p>OU</p> <p>Analyser la performance commerciale de l'entreprise en calculant l'évolution du CA annuel et par client.</p> <p>OU</p> <p>Démontrer par le calcul, en analysant l'évolution de son CA, que la démarche RSE de l'entreprise lui a permis d'améliorer sa performance.</p>	<p>Proposer un (des) taux d'évolution du CA : $(VA - VD) / VD \times 100$</p> <p>Cette augmentation (diminution) est satisfaisante (insatisfaisante) car... (comparer par rapport aux concurrents si possible ou par rapport à la dynamique de l'environnement...)</p> <p>La performance commerciale est donc... grâce à tel ou tel élément...</p>
84	<p>Calculer et commenter l'évolution du CA de l'organisation entre 20... et 20...</p> <p>OU</p> <p>Calculer l'évolution du CA et du résultat d'exploitation de l'organisation entre 20... et 20... Commenter vos résultats.</p>	<p>Proposer un (des) taux d'évolution : $(VA - VD) / VD \times 100$ sur les années demandées.</p> <p>On constate une augmentation (diminution) car (augmentation des charges, du prix des matières premières...).</p>
85	<p>Comparer l'évolution de la demande, la fréquentation du site Internet et le CA.</p>	<p>Proposer un (des) taux d'évolution : $(VA - VD) / VD \times 100$</p> <p>On constate une croissance, une diminution, préciser la période et pourquoi si c'est possible, comparer sur plusieurs périodes si possible.</p> <p>Proposer des solutions pour améliorer la situation si besoin : revoir le ciblage, être + réactif, s'adapter, anticiper les besoins...</p>
86	<p>Expliquer pourquoi la répartition du CA peut traduire une faiblesse pour une entreprise.</p>	<p>Les dépenses en formation permettant d'avoir des salariés experts et une offre de qualité peuvent être coûteuses mais expliquer une certaine répartition du CA.</p> <p>Les charges fixes peuvent aussi être élevées et ralentir l'activité. L'entreprise peut se retrouver dépendante d'une activité si elle est trop spécialisée, ainsi la pérennité de l'entreprise peut être compromise.</p>
87	<p>Apprécier la part de l'activité X dans le CA global de</p>	<p>Part de l'activité X dans le CA global de l'entreprise : $CA \text{ activité X} / CA \text{ global de l'entreprise} \times 100$</p>

	l'entreprise de 20... à 20... puis analyser son évolution.	Commenter une augmentation ou une diminution selon les résultats avec une raison si possible. Proposer le maintien ou l'abandon de cette activité.
88	Calculer la VA pour l'année 20... et calculer la part de la VA distribuée aux salariés . Commenter ce résultat. OU Calculer le montant de la VA de l'entreprise. Commenter l'évolution de la répartition de la VA entre les principaux bénéficiaires.	$VA = CA - CI$ Part qui revient aux salariés : charges de personnel / VA x 100 Commentaire selon le résultat obtenu : volonté d'une politique de rémunération généreuse ou non, pourquoi si possible... Commenter la répartition pour les banques (remboursement des prêts), pour l'Etat et l'autofinancement (l'entreprise peut-elle investir ?)
89	Montrer que l'organisation est performante financièrement en prenant appui sur le résultat net et le taux de profitabilité . OU Calculer le résultat et le taux de profitabilité . Commenter vos résultats.	Analyser le résultat net (bénéfice, perte), pourquoi... $Résultat = CA - (coûts variables + coûts fixes)$ Calculer en détail le taux de profitabilité : résultat net / CA x 100 L'organisation est performante (n'est pas performante) car son résultat net est de ... et son taux de profitabilité est de ... ce qui signifie qu'elle a dégagé un revenu (n'a pas dégagé un revenu) ...
90	Calculer les indicateurs de création de valeur en 20... (VA, résultat d'exploitation, résultat net) et procéder à l'analyse de la performance financière .	$VA = CA - CI$ $Résultat\ d'exploitation = Produits\ d'exploitation - Charges\ d'exploitation$ $Résultat\ net = CA - (coûts\ variables + coûts\ fixes)$ On peut proposer des taux d'évolution lorsque c'est possible : $(VA - VD) / VD \times 100$ Pour analyser : augmentation ou diminution de chaque indicateur en précisant pourquoi lorsque cela est possible.
91	Montrer , en utilisant la méthode des coûts complets , que le coût de revient est de...	Calculer le coût de revient complet : coût d'achat, coût de production, coût de distribution, matières premières, charges directes et indirectes Le coût de revient est de...
92	Calculer le coût de revient unitaire d'un produit pour le comparer au coût moyen du secteur.	Pour calculer le coût de revient, il faut additionner les charges directes (matières premières, main d'œuvre...) et les charges indirectes (approvisionnement, transport, production, conditionnement, distribution...) Comparer avec le coût moyen du secteur en précisant si c'est inférieur ou supérieur.
93	Justifier par le calcul, le montant du FRNG en 20...	$FRNG = ressources\ stables - emplois\ stables$ Calculer et indiquer le montant trouvé pour l'année demandée.
94	Commenter puis expliquer l'évolution du FRNG et de la trésorerie .	Commenter l'évolution des emplois stables, des ressources stables, des dettes financières, du fonds de roulement Commenter la trésorerie générale

		Trouver des raisons (concurrence, consommateurs...), s'appuyer sur des chiffres
95	<p>Analyser l'équilibre financier de l'entreprise en calculant BFR, FRNG et TN pour l'année 20...</p> <p>OU</p> <p>Calculer le fonds de roulement net global, le besoin en fonds de roulement et la trésorerie nette de l'entreprise pour 20... et analyser son équilibre financier.</p> <p>OU</p> <p>Analyser la situation financière de l'entreprise.</p>	<p>BFR = actif circulant – passif circulant FRNG = ressources stables – emplois stables TN = FR – BFR</p> <p>Dire si la trésorerie est positive ou négative, si le FRNG permet de couvrir ou non le BFR. Commenter augmentation ou dégradation et proposer une solution pour maintenir l'équilibre financier si besoin.</p> <p>Si c'est possible, on peut aussi calculer et analyser le taux d'endettement = capitaux propres / dettes financières x 100 Il doit être le + bas possible pour que l'entreprise ne soit pas surendettée et donc dépendante des établissements bancaires.</p>
96	<p>Analyser à partir du calcul de la marge nette totale réalisée sur la vente du produit... en 20..., la décision du dirigeant de ne pas modifier ses prix.</p>	<p>Calculer la marge nette : prix HT / coût de revient complet. La marge nette est de...</p> <p>Apprécier la décision : c'est un bénéfice ou une perte, l'organisation a acquis de nouveaux clients ou elle en a perdu... La décision est pertinente (ou non) car... Lien avec la valeur perçue et la performance commerciale éventuellement.</p>
97	<p>Préciser l'impact si on vendait à tel prix et conclure sur l'importance de maitriser les coûts.</p>	<p>Impact : perte ou bénéfice par un calcul</p> <p>Le contrôle des coûts est indispensable pour établir un prix de vente permettant de réaliser une marge.</p>
98	<p>Calculer les seuils de rentabilité entre 20... et 20... et commenter les résultats obtenus.</p>	<p>SR = coûts fixes / taux de marge sur coût variable</p> <p>Commenter une augmentation ou une diminution avec une raison si possible.</p>
99	<p>En une quinzaine de lignes, démontrer que l'organisation est performante.</p> <p>OU</p> <p>En une quinzaine de lignes et en structurant votre propos, démontrer en vous appuyant sur les dimensions de la performance globale, que l'entreprise a su maintenir sa performance.</p>	<p>La performance désigne la capacité d'une organisation à atteindre les objectifs qu'elle s'est fixée.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Performance financière : analyser le compte de résultat (produits, charges), le résultat net (bénéfice, perte), le taux de profitabilité, trésorerie... - Performance commerciale : analyser l'évolution du CA, la satisfaction, la fidélisation client, communication - Performance sociale : conditions de travail, climat social, marque employeur... - Performance environnementale : certifications, labels, émissions de CO2... <p>Pour toutes ces raisons, l'organisation est performante (n'est pas performante) car elle a su atteindre ses objectifs (ou non).</p>
100	<p>Commenter les indicateurs de la performance financière de l'organisation en les comparant avec ceux de son secteur d'activité.</p>	<p>La performance financière est bonne ou ne l'est pas :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Charges élevées ou maîtrisées - Taux de marge - Endettement - Rentabilité économique

		Comparer avec la moyenne sectorielle pour évaluer.
101	Proposer des indicateurs pertinents pour évaluer les performances financière et commerciale de l'organisation.	<ul style="list-style-type: none"> - Performance financière : CA, bénéfice, résultat d'exploitation, charges... - Performance commerciale : Nombre de biens et services proposés et vendus, PDM, taux de fidélité...
102	Discuter si la recherche de performance sociale est contradictoire ou non avec la recherche de performance financière .	<p>La performance sociale est essentielle car elle place les RH au cœur de la stratégie. Mais elle peut s'avérer couteuse (les formations) et ainsi altérer la performance financière.</p> <p>Le respect des normes en termes de performance sociale peut être contraignant et rogner sur la rentabilité.</p> <p>Même si elle a des coûts, la performance sociale est indispensable pour fidéliser et motiver les salariés qui contribuent à l'amélioration de la performance financière.</p>
103	<p>Identifier les ressources financières de l'organisation et les limites de chacune d'entre elles.</p> <p>OU</p> <p>Proposer trois sources de financement envisageables pour le lancement de nouvelles structures.</p> <p>OU</p> <p>Présenter les solutions qui vous semblent appropriées pour financer le projet.</p> <p>OU</p> <p>Identifier la source de financement choisie par l'entreprise pour assurer ses investissements et proposer deux autres sources de financement envisageables.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Subventions : dépendance vis-à-vis de l'Etat - Recettes des ventes : risque de baisse de la demande et donc du CA - Dons : incertain si la population ne donne pas - Prêts ou emprunts bancaires ou crédits : dépendance vis-à-vis des banques, nécessité de rembourser - Autofinancement (fonds propres) : limité, altère la trésorerie - Augmentation du capital en faisant appel à de nouveaux investisseurs mais il faut les trouver...