

Connaissance de l'entreprise

Responsable : Hélène DOLGOPOLOFF (dolgo@cict.fr; 05 61 55 60 26)

Objectifs

Tout étudiant a pour objectif de s'insérer dans une structure professionnelle et d'assumer sereinement son futur statut de cadre. Appréhender concrètement les finalités, enjeux et contraintes de l'entreprise permet à l'étudiant de comprendre ce que les entreprises attendent d'un responsable.

Atteindre cet objectif nécessite de connaître et donner du sens aux concepts, méthodologies et outils de gestion et de management utilisés par les équipes dirigeantes.

Contenu

Les étudiants participent à une simulation de gestion et de management d'entreprise, sur un marché concurrentiel. Chaque équipe d'étudiants, mise en situation managériale (et entrepreneuriale pour certains aspects), doit :

- Choisir une structure juridique, rédiger les statuts, et mettre en place une structure de gouvernance ;
- Elaborer un diagnostic stratégique et décider d'une stratégie avec une vision globale : stratégie d'investissement ; stratégie commerciale (cible de clientèle et marketing-mix) ; stratégie financière (autofinancement et/ou augmentation de capital et/ou endettement) et de gestion de la trésorerie ; stratégie de l'humain (recrutement, systèmes de motivations et de rémunérations, ...) ;
- Etablir les budgets prévisionnels et les systèmes d'information de suivi et de contrôle ;
- Analyser ses performances et se situer par rapport aux concurrents (benchmarking) ;
- Communiquer en interne et avec ses partenaires externes ;
- Négocier avec les fournisseurs, le banquier, les actionnaires ou associés, ...

Bibliographie

PLANE, Jean-michel. Théorie et management des organisations. Dunod 2^o édition 2008, collection gestion sud.

Théorie de l'Agence. Université Paris I Panthéon-Sorbonne IAE Paris (23/09/2008)

http://www.webssa.net/files/cours_1-la-theorie_de_lAgence.pdf

Articles du Code du travail sur les points suivants : *convention collective ; contrats de travail ; participation des salariés aux fruits des bénéfices et l'intéressement financier.*

WEIHRICH H. The TOWS Matrix : a tool for situational analysis Long Range Planning. Vol 15, n^o 2, 1982.

THIETARD R.A. *La stratégie d'entreprise*. 2^o édition. Mc Graw Hill, Paris, 1990.

PETERS T et WATERMAN R. *Le prix de l'excellence*. Dunod, 1999.

KOTLER, Philip. *Les clés du marketing*. Village mondial (22 avril 2003).

GRANDGUILLOT, Béatrice et Francis. *L'essentiel de l'analyse financière*. GUALINO Editeur, 6^o édition (28 novembre 2006), collection Les Carrés Rouges.

Norme ISO 26000. AFNOR éditions

ORSE . *Développement durable et entreprises - Un défi pour les managers*. AFNOR éditions. Novembre 2008