



African Virtual University  
Université Virtuelle Africaine  
Universidade Virtual Africana

### LO1 : La classification des entreprises

<b>Objectif principal de l'apprentissage</b>	Découvrir la classification des entreprises
<b>Nature de l'objet d'apprentissage</b>	Un sous-thème
<b>Concepts clés</b>	Entreprise, SARL, SA, entreprise individuelle, société, micro-entreprise, petite entreprise, moyenne entreprise, grande entreprise
<b>Informations sur le module d'origine</b>	Principes de Gestion d'Entreprise – ADM 1102 Dr SAGBO Romaric
<b>Accès au module d'origine</b>	Cela doit être fourni par l'UVA
<b>Extrait par:</b>	« Auteur »
<b>Date</b>	30/05/2016

#### Détails de l'objet d'apprentissage :

La classification des entreprises suivant les réalités socio-économiques. Plusieurs critères permettent de différencier les entreprises, suivant la forme juridique, suivant le secteur d'activité et enfin suivant la taille.

➤ L'entreprise suivant la forme juridique

En droit, l'entreprise est une unité économique juridiquement autonome, organisée pour produire des biens et/ou des services.

Deux grandes catégories de statut juridique existent :

○ L'entreprise individuelle

Cette forme juridique est conseillée lorsque les risques de l'activité sont peu importants et

les investissements limités. Le responsable a le plein pouvoir pour diriger son entreprise et prend seul les décisions.

- o La société

Ici, une nouvelle entité juridique est créée et donne naissance à une nouvelle personne, juridiquement distincte des associés fondateurs, que l'on nomme "personne morale".

Cela nécessite un nom, un siège social, un capital social et des dirigeants.

Ils existent d'autres catégorisations des entreprises que vous rencontrez le plus souvent : SA, SARL, GIE, SEL, ...

- L'entreprise suivant le secteur d'activité

La classification suivant le secteur d'activité distingue :

- o Le Secteur primaire qui correspond à l'extraction ou à l'exploitation de matières premières.
- o Le Secteur secondaire qui correspond à la transformation de la matière première en produit manufacturé.
- o Le Secteur tertiaire correspond à la commercialisation d'un produit manufacturé, d'un service.

- L'entreprise suivant la taille

Suivant ce critère, l'entreprise se classifie en fonction de son effectif, son chiffre d'affaire et son bilan. Quatre tailles sont à distinguer :

- o La micro-entreprise ;
- o La petite entreprise ;
- o La moyenne entreprise ;
- o La grande entreprise.

Dans les pays en voie de développement, il existe également une classification suivant le secteur formel et le secteur informel.



## LO2 : La méthode d'analyse PESTEL

<b>Objectif principal de l'apprentissage</b>	La méthode d'analyse PESTEL
<b>Nature de l'objet d'apprentissage</b>	Un sous-thème
<b>Concepts clés</b>	Environnement de l'entreprise, macro-environnement, PESTEL, concurrence, opportunités, menaces, modèle, méthode, analyse
<b>Informations sur le module d'origine</b>	Principes de Gestion d'Entreprise – ADM 1102 Dr SAGBO Romaric
<b>Accès au module d'origine</b>	Cela doit être fourni par l'UVA
<b>Extrait par:</b>	« Auteur »
<b>Date</b>	30/05/2016

### Détails de l'objet d'apprentissage :

#### La méthode d'analyse PESTEL

Le macro-environnement est l'ensemble des facteurs qui peuvent influencer les relations d'une entreprise avec ses marchés. Ces facteurs contribuent à modifier les règles au sein d'un secteur d'activité en favorisant par exemple l'entrée de nouvelles entreprises, etc.

Ils sont ainsi sources d'opportunités ou de contraintes pour les entreprises et les entreprises doivent alors chercher à s'y adapter ou à s'en protéger.

Le macro-environnement est généralement appréhendé à l'aide du modèle PESTEL dont le but est d'identifier les grandes tendances du macro-environnement. Chacune de ses lettres correspond à une catégorie de variables à analyser. Ainsi, nous avons :

#### - **Politiques**

Les variables politiques soulignent l'influence des pouvoirs publics dans le climat des affaires des entreprises.

Exemples de variables : stabilité gouvernementale, politique fiscale, régulation du commerce extérieur, protection sociale, etc.

#### - **Economiques**

Ce sont les facteurs macro-économiques qui caractérisent une certaine zone géographique et qui influencent la stratégie des entreprises qui en font partie ou qui veulent s'y implanter.

Exemples de variables : cycles économiques, évolution du PNB, taux d'intérêt, politique monétaire, inflation, chômage, revenu disponible, etc.

- **Sociologiques**

Elles regroupent l'ensemble des caractéristiques sociologiques, culturelles et démographiques susceptibles d'influencer l'activité des entreprises appartenant à une zone géographique considérée.

Exemples de variables : démographie, distribution des revenus, mobilité sociale, changements de modes de vie, attitudes par rapport aux loisirs et au travail, niveau d'éducation, etc.

- **Technologiques**

Elles correspondent à l'impact effectif ou potentiel des innovations au sens large sur l'activité des entreprises. Ces variables sont généralement globales mais peuvent être également plus locales.

Exemples de variables : dépenses publiques de R&D, investissements privés et publics sur la technologie, nouvelles découvertes et nouveaux développements, vitesse des transferts technologiques, taux d'obsolescence, etc.

- **Environnementales**

Elles correspondent aux préoccupations écologiques d'un territoire donné et qui peuvent affecter l'activité des entreprises.

Exemples de variables : lois sur la protection de l'environnement, retraitement des déchets, consommation d'énergie, etc.

- **Légales**

Elles synthétisent les contraintes juridiques, les évolutions réglementaires, les normes de sécurité en vigueur dans une zone géographique donnée.

Exemples de variables : lois sur les monopoles, droit du travail, législation sur la santé, normes de sécurité, etc.

L'analyse PESTEL permet d'évaluer les opportunités et les menaces du macro-environnement et se fait soit en utilisant des séances de brainstorming ou soit en utilisant la prospective. L'analyse permet de dégager de nouveaux segments d'activité et une politique engageant des moyens financiers, humains et matériels pour plusieurs années.

Source : [http://ressources.aunege.fr/nuxeo/site/esupversions/c574a3b4-f03e-4949-b179-379255035dca/co/Intro\\_gestion\\_web.html](http://ressources.aunege.fr/nuxeo/site/esupversions/c574a3b4-f03e-4949-b179-379255035dca/co/Intro_gestion_web.html)

### LO3 : Les fonctions de management

<b>Objectif principal de l'apprentissage</b>	Découvrir les quatre fonctions principales de management
<b>Nature de l'objet d'apprentissage</b>	Un sous-thème
<b>Concepts clés</b>	Manager, planification, organisation, mise en œuvre, contrôle, superviseur
<b>Informations sur le module d'origine</b>	Principes de Gestion d'Entreprise – ADM 1102 Dr SAGBO Romaric
<b>Accès au module d'origine</b>	Cela doit être fourni par l'UVA
<b>Extrait par:</b>	« Auteur »
<b>Date</b>	30/05/2016

#### Détails de l'objet d'apprentissage :

##### Les fonctions de management

Les managers sont au cœur des choses qui se passent au sein de l'entreprise, car en plus de l'idée première du rôle de manager qui était d'utiliser les ressources de l'entreprise pour faire fonctionner l'entreprise, de gérer le personnel, ils sont aussi responsables du succès ou de l'échec de l'entreprise. Le manager prend des décisions sur ce que l'entreprise doit faire et comment cela doit être fait. Il comprend et apprécie le travail de l'employé.

Les gestionnaires modernes travaillent plus étroitement avec les employés, les tient informé sur la performance de l'entreprise et les changements à venir, et les impliquer dans les prises de décision importante.

Les tâches du manager peuvent se regrouper autour de quatre fonctions essentielles que sont :

- La planification
- L'organisation
- La mise en œuvre
- Le contrôle

Un manager dont la fonction principale est de diriger les activités non managériales des employés est appelé un superviseur. Le superviseur est souvent au premier niveau de gestion de l'entreprise et permet de transformer le plan de l'entreprise en actions. L'une des tâches importantes est de créer un environnement de travail qui motive les employés.

## LO4 : La méthode d'analyse SWOT

<b>Objectif principal de l'apprentissage</b>	Découverte de la méthode d'analyse SWOT pour la conception d'une stratégie
<b>Nature de l'objet d'apprentissage</b>	Un sous-thème
<b>Concepts clés</b>	SWOT, forces, faiblesses, opportunités, menaces, méthode d'analyse, stratégie
<b>Informations sur le module d'origine</b>	Principes de Gestion d'Entreprise – ADM 1102 Dr SAGBO Romaric
<b>Accès au module d'origine</b>	Cela doit être fourni par l'UVA
<b>Extrait par:</b>	« Auteur »
<b>Date</b>	30/05/2016

### Détails de l'objet d'apprentissage :

#### La méthode d'analyse SWOT (Strengths - Weaknesses - Opportunities – Threats)

La méthode d'analyse SWOT (**Menaces - Opportunités - Forces - Faiblesses**) est un outil très pratique utilisé lors de la phase de diagnostic stratégique d'un projet, activité ou entreprise. Il présente l'avantage de synthétiser les forces et faiblesses d'une entreprise au regard des opportunités et menaces générées par son environnement.

Elle organise l'analyse suivant deux axes : l'axe interne et l'axe externe.

- L'axe interne recense les caractéristiques actuelles de l'organisation qui sont vues comme des forces ou des faiblesses selon les activités exploitées. Elles concernent généralement : les ressources humaines, les capacités de production, les capacités financières, les savoir-faire détenus.
  - o **Forces** : Les ressources possédées et/ou compétences détenues conférant un avantage concurrentiel.
  - o **Faiblesses** : Le manque d'un ou de plusieurs facteurs clés de succès ou bien en comparaison aux concurrents du même secteur.
- L'axe externe énumère des éléments qui ont un impact possible sur l'entreprise et les catégorise en opportunités et menaces.
  - o **Opportunités** : L'environnement de l'entreprise peut présenter certaines zones de potentiel à développer. Il convient de les identifier.
  - o **Menaces** : Certains changements en cours ou à venir, peuvent avoir un impact négatif sur les activités de l'entreprise.

Grâce à cette approche, vous serez en mesure de créer des stratégies pertinentes pour exploiter un nouveau potentiel ou bien développer une compétence existante. Vous serez également à même

d'anticiper sur une menace pesant sur votre activité.

Au-delà de l'intérêt opérationnel de cette méthodologie, en l'adoptant, vous améliorerez votre capacité d'analyse et d'évaluation de votre entreprise. Vous apprendrez à vous poser les bonnes questions et à savoir comment trouver des réponses idéales/pertinentes.

Source : <http://www.manager-go.com/strategie-entreprise/dossiers-methodes/diagnostic-strategique-swot>



## LO5 : Les enjeux de l'innovation technologique et les avantages de l'innovation collective

<b>Objectif principal de l'apprentissage</b>	Présentation des enjeux de l'innovation technologique et les avantages de l'innovation collective
<b>Nature de l'objet d'apprentissage</b>	Un sous-thème
<b>Concepts clés</b>	Innovation, technologie, performance, compétitivité
<b>Informations sur le module d'origine</b>	Principes de Gestion d'Entreprise – ADM 1102 Dr SAGBO Romaric
<b>Accès au module d'origine</b>	Cela doit être fourni par l'UVA
<b>Extrait par:</b>	« Auteur »
<b>Date</b>	30/05/2016

### Détails de l'objet d'apprentissage :

#### Les enjeux de l'innovation technologique et les avantages de l'innovation collective

L'innovation est un révélateur de performances. Les nouvelles ambitions des entreprises les amènent à avoir plus de compétences techniques afin de développer un produit novateur. L'innovation est une démarche stratégique qu'il faut valoriser au sein de toutes les fonctions de management de l'entreprise pour conduire au succès commercial d'un produit et de l'entreprise. Le nouveau manager doit pouvoir aider les entreprises à concevoir des produits, des services ou des procédés innovants. Il s'agit d'offrir au marché des valeurs ajoutées par rapport à ce que proposent les autres acteurs sur le marché. Il s'agit de prouver au client sa capacité à lui apporter des éléments d'innovation pour gagner sa fidélité, il faut anticiper les besoins des clients.

#### - Les enjeux de l'innovation technologique

L'innovation technologique permet :

- o de créer les marchés de demain.
- o de répondre au nouveau besoin.
- o de rester compétitif.
- o de réduire les inégalités au niveau mondial.
- o de mieux résister aux crises économiques.
- o d'augmenter votre volume d'affaires.
- o d'accroître votre rentabilité.

- o de fidéliser vos clients.
- o de gagner la confiance des nouveaux clients.
- o d'adapter son mode de commercialisation ou de distribution.

- **Les avantages de l'innovation collective**

L'innovation a un coût et parfois les entreprises se mettent ensemble pour y faire face quand elle nécessite un investissement important, surtout les petites entreprises qui n'ont pas assez d'effectif et de budget important. Cela leur permet :

- o de partager les risques liés à l'innovation.
- o de canaliser la concurrence.
- o de pallier le manque de ressources.
- o de générer des idées.
- o d'améliorer la créativité.
- o de produire de l'innovation.
- o de tester une idée.

L'innovation est un élément clé de la compétitivité des entreprises et apparaît d'autant plus performante lorsqu'elle est collective.

Il faut comprendre que l'innovation ne nécessite pas toujours des moyens financiers importants mais qu'il pourrait s'agir juste d'une démarche au quotidien de la part de chaque employé, à tous les niveaux de l'entreprise, quelle que soit sa taille.