

USAL3F - Economie, gestion et organisation de l'entreprise

Présentation

Objectifs pédagogiques

Comprendre et assimiler des notions de base sur :

- l'entreprise et son environnement micro-économique ;
- l'organisation de l'entreprise et du travail, en termes humains, économiques et techniques ;
- les principes de l'action commerciale ;
- les principes fondamentaux de la gestion relation-client.

Programme

Contenu

a) L'entreprise et son environnement micro-économique

- **Approches de l'entreprise**

L'entreprise, lieu de production et de partage des richesses.

Relations de l'entreprise avec son environnement : l'entreprise et les marchés, l'entreprise et la filière, l'entreprise et la société.

- **Marché et mécanismes régulateurs de l'économie de marché**

Le marché de la concurrence pure et parfaite (mécanisme de marché, entraves aux mécanismes de marché...). La concurrence imparfaite (monopole classique, monopole discriminant, concurrence monopolistique, oligopole).

Systèmes de prix. Offre et demande (définition, facteurs caractéristiques). Calcul et analyse d'élasticités. Interventions gouvernementales.

- **L'entreprise du point de vue de l'analyse économique**

Secteurs d'activité et taille des entreprises.

Fonctions et type de coûts. Notion de profit. Structures de marchés.

Objectifs et stratégies de l'entreprise. Pouvoir et concentration de l'entreprise.

b) Organisation de l'entreprise et du travail

- **La notion d'organisation et les grands types d'organisation**

Les différentes organisations de l'entreprise.

Les notions de poste de travail, d'activité, de tâche, de ressource.

Organisation du travail, travail prescrit et travail réel.

La gestion de production, la gestion de la chaîne logistique, la gestion du cycle de vie produit.

- **L'informatique dans l'entreprise**

Mis à jour le 23-03-2020



Code : USAL3F

Unité spécifique de type cours

3 crédits

Responsabilité nationale :

EPN05 - Informatique / 1

L'impact des technologies du numérique sur l'organisation du travail.

Les notions de système d'information, workflow, management du cycle de vie de l'information, logiciels de gestion intégrée.

c) Préparation et pilotage de l'action commerciale

- **Préparation de la stratégie d'entretien** : préparation de l'objectif ; la méthode SAFI ; la découverte par référence ; l'argumentation comparative.
- **L'écoute de la demande et la compréhension de la commande.**
- **Ciblage du client et définition de l'action commerciale** : la courbe ABC ; la matrice prestations /clientèles ; la matrice de diversification ; le Plan d'Action Commercial (PAC).
- **Pilotage de l'action commerciale** : la matrice IPO/IPA ; la revue de compte ; la matrice IAC ; les indicateurs de pilotage ; le tableau d'analyse des compétences ; la grille de coaching.

d) Gestion de la relation avec la clientèle

- **Objectif et enjeux de la GRC** : aide à la force de vente et fidélisation du client.
- **Le cycle de vente** : marketing, gestion des ventes, services après-vente.
- **Les outils du marketing relationnel** : les bases de données et CRM, la personnalisation de l'offre et le marketing one-to-one.
- **Les moyens et techniques de fidélisation de la clientèle.**

Modalités de validation

- Contrôle continu