

## UE 7.5 : GESTION DES ENTREPRISES : ASPECTS STRATEGIQUES, MARKETING ET FINANCIERS

**Responsable pédagogique : Gérard XOLIN**

**Volumes horaires**

**Objectifs généraux de l'UE :**

- Utiliser des outils de gestion pour analyser une situation et faciliter une prise des décisions
- Identifier les points forts et points faibles d'une entreprise et proposer des remèdes
- Négocier avec des partenaires
- Présenter des résultats

**Constitution :**

- Module 1 : Stratégie, marketing et négociation
- Module 2 : Finance d'entreprise et comptabilité de gestion
- Module 3 : Réalités humaines de l'exécutant
- Evaluation industrielle

*Présentiel*  
**14.00 H CM**  
**22.00 H TD**  
**0.50 H TP**

*Autonomie*  
**30.00 H**

**Positionnement de l'UE dans le référentiel école :**

après l'UE 6.1

**Blocs de compétences**  
 Conformément à la fiche RNCP

## UE 7.5 : GESTION DES ENTREPRISES : ASPECTS STRATEGIQUES, MARKETING ET FINANCIERS

<b>Module 1 : Stratégie, marketing et négociation</b>	<b>Coefficient 2</b>
<b>Intervenants :</b> Gérard XOLIN	
<b>Assistants pédagogiques :</b>	
<b>Prérequis :</b> UE 6.1	
<b>Supports de l'apprentissage :</b> Note de cours – Diaporama	
<b>Modalités d'évaluation :</b> individuelle et en groupe Devoir sur table – Rapport	

Acquis de l'apprentissage	Description	Nombre d'heures étudiant (présentiel)		
		CM	TD	TP
<p>Savoir envisager différentes stratégies d'entreprises : domination par les coûts, différenciation, recentrage.</p> <p>Expliciter les grands axes stratégiques d'une entreprise en utilisant des outils appropriés : matrices, swot, pest, chaîne de valeur.</p> <p>Mettre en évidence le bien-fondé et les limites d'un partenariat d'entreprises et des regroupements.</p> <p>Intégrer la dimension marketing dans le métier d'ingénieur (approche transversale : apprendre à travailler avec des personnes ayant des cultures différentes).</p> <p>Connaître les métiers du marketing. Effectuer un travail de veille concurrentielle. Effectuer un travail de prospectif pour identifier des tendances.</p> <p>Effectuer une enquête pour identifier des attentes avant de concevoir et pour connaître la satisfaction des clients.</p> <p>Effectuer un positionnement marketing. Analyser le contenu et la cohérence d'un plan de marchéage : produit, prix, distribution, communication.</p> <p>Définir un plan de marchéage.</p> <p>Appliquer les fondamentaux de la négociation dans des situations : d'achat, de vente et avec établissements de crédit.</p>	<p>Stratégie :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Les différentes stratégies</li> <li>– Le diagnostic stratégique</li> <li>– Les partenariats et les regroupements</li> </ul>	1.75	2.00	
	<p>Marketing :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Les métiers du marketing</li> <li>– La veille concurrentielle</li> <li>– Les tendances en marketing</li> <li>– Les enquêtes</li> <li>– Le positionnement</li> <li>– Le plan de marchéage</li> </ul>	3.50	4.00	
		<b>5.25</b>	<b>6.00</b>	<b>0.00</b>

## UE 7.5 : GESTION DES ENTREPRISES : ASPECTS STRATEGIQUES, MARKETING ET FINANCIERS

<b>Module 2 : Finance d'entreprise et comptabilité de gestion</b>	<b>Coefficient 2</b>
<b>Intervenants :</b> Gérard XOLIN	
<b>Assistants pédagogiques :</b>	
<b>Prérequis :</b> UE 6.1	
<b>Supports de l'apprentissage :</b> Note de cours – Diaporama	
<b>Modalités d'évaluation :</b> individuelle Devoir sur table – Rapport	

Acquis de l'apprentissage	Description	Nombre d'heures étudiant (présentiel)		
		CM	TD	TP
<p>Connaître le rôle de la fonction financière. Analyser la performance d'une entreprise en effectuant des calculs et de retraitements simples : SIG, CAF, trésorerie, ratios, en rédigeant un commentaire synthétique et en proposant le cas échéant des remèdes.</p> <p>Etablir des budgets et des états prévisionnels. Déterminer la rentabilité d'un projet d'investissement.</p> <p>Connaître les techniques d'évaluation d'une entreprise : patrimoine, rendement, notion de goodwill.</p>	<p>Finance d'entreprise :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– La fonction financière</li> <li>– La mesure et l'analyse de la performance financière</li> <li>– Les budgets et états prévisionnels</li> <li>– Les investissements</li> <li>– L'évaluation des entreprises</li> </ul>	7.00	10.00	
<p>Déterminer et analyser le seuil de rentabilité d'une entreprise.</p> <p>Identifier, calculer, contrôler les coûts d'une entreprise en utilisant une méthode appropriée : direct costing, coûts complets, ABC.</p> <p>Elaborer un tableau de bord pour faciliter la prise de décisions.</p> <p>Déterminer des écarts entre prévisions et réalisations</p>	<p>Comptabilité de gestion :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Le seuil de rentabilité</li> <li>– Le coût de revient</li> <li>– Les tableaux de bord</li> <li>– Les écarts</li> </ul>	1.75	6.00	
		<b>8.75</b>	<b>16.00</b>	<b>0.00</b>

## UE 7.5 : GESTION DES ENTREPRISES : ASPECTS STRATEGIQUES, MARKETING ET FINANCIERS

<b>Module 3 : Réalités humaines de l'exécutant</b>		<b>Coefficient 1</b>		
<b>Intervenants :</b> Frédéric GABRYSIAK				
<b>Assistants pédagogiques :</b>				
<b>Prérequis :</b>				
<b>Supports de l'apprentissage :</b> Stages antérieurs de type « stage ouvrier » validés et d'une durée minimale de 4 semaines, activités durant le stage à l'étranger 1A, période courte d'exécution pendant le stage 2A, stages pendant les congés, activités salariées pendant la durée des études				
<b>Modalités d'évaluation :</b> Rapport écrit et entretien individuel				
Acquis de l'apprentissage	Description	Nombre d'heures étudiant (présentiel)		
		CM	TD	TP
<p>Conditions sociologiques de l'exécutant, à partir d'un stage dans, ou extérieur à la filière bois :</p> <p>L'étudiant doit être capable, à partir d'expériences vécues, de décrire, d'analyser, de comprendre le travail effectué en condition d'exécutant.</p> <p>Il doit être capable de décrire et d'analyser les outils de la communication interne mis en place à destination de l'exécutant (outils, mode, stratégie...).</p> <p>Il doit être capable de définir les règles et stratégies mises en place en matière d'hygiène, sécurité et environnement. Il doit être capable de définir, comprendre et analyser les liens hiérarchiques, les règles sociales, les pratiques syndicales de l'entreprise.</p> <p>Il doit être capable d'analyser et de proposer une stratégie de motivation des personnels d'exécution.</p>	<p>L'analyse des éléments porte sur :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• temps de travail, horaires de travail (travail de nuit, tournées...) et incidence sur le sommeil, la motivation, la vie familiale et sociale ;</li> <li>• environnement physique du poste et activité physique et mentale (ambiance sonore, atmosphère, éclairage, ambiance thermique, vibrations, conditions d'hygiène, esthétique, ergonomie, pénibilité, répétitivité...) ;</li> <li>• rémunération (prise en compte des temps de trajets, des heures supplémentaires, primes...).</li> <li>• L'analyse porte sur les modes de communication interne, sur les systèmes de circulation des informations, la participation aux décisions, les relations bureau – atelier, les retours d'informations concernant la qualité et les problèmes de production.</li> <li>• L'analyse porte sur les risques liés aux différents postes de travail et description des moyens mis en œuvre pour les limiter, des propositions d'amélioration peuvent être faites. Le recensement des accidents et maladies professionnelles liés à l'activité de l'entreprise est à comparer aux autres entreprises du même secteur sur le territoire national. La présence d'un comité d'hygiène et de sécurité ; la politique de gestion des déchets de l'entreprise, les propositions d'amélioration sont à analyser.</li> <li>• L'analyse porte sur les liens hiérarchiques et sur leurs effets sur le « climat social », la production, la gestion des aléas, l'initiative individuelle ou collective, la motivation ;</li> <li>• L'analyse porte sur les rapports sociaux entre employés (ambiance de travail, jalousie, entre aide, formation...) ;</li> <li>• L'analyse de l'organisation du travail (produits – moyens matériels – moyens en personnel), taylorisation, prise en compte de la satisfaction des travailleurs, style de commandement, gestion des conflits est à conduire ;</li> <li>• La présence d'un Comité d'Entreprise ; l'analyse des dysfonctionnements s'ils existent ; l'observation de l'activité des syndicats au sein de l'entreprise, les points positifs et négatifs de son impact, image des syndicats auprès des différents employés (exécutants, cadres...) sont des points possibles de réflexion.</li> <li>• Observation, description et analyse des différents points positifs ou négatifs sur la motivation au travail (du stagiaire ou de ses collègues) ;</li> </ul>	0.00	0.00	0.50
		<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.50</b>

## UE 7.5 : GESTION DES ENTREPRISES : ASPECTS STRATEGIQUES, MARKETING ET FINANCIERS

Evaluation industrielle	Coefficient
<b>Intervenants</b> : Maître d'apprentissage (en entreprise)	
<b>Assistants pédagogiques</b> :	
<b>Prérequis</b> : aucun	
<b>Supports de l'apprentissage</b> : Données entreprise	
<b>Modalités d'évaluation</b> : Individuelle Rapport	

Acquis de l'apprentissage	Description	Nombre d'heures étudiant (présentiel)		
		CM	TD	TP
<p>Définir, justifier et présenter la stratégie industrielle, commerciale et financière de son entreprise.</p> <p>Analyser le marché de l'entreprise.</p> <p>Etablir un diagnostic.</p>	<p>L'étudiant apprenti produira un dossier de stratégie dans lequel il devra être en mesure d'analyser la situation de son secteur d'activité et de contextualiser la place tenue par son entreprise dans son environnement.</p> <p>Il s'agira d'établir un diagnostic stratégique de type SWOT ou PEST, et de mettre en évidence la cohérence du plan stratégique mis en place qui en découle.</p>	0.00	0.00	0.00