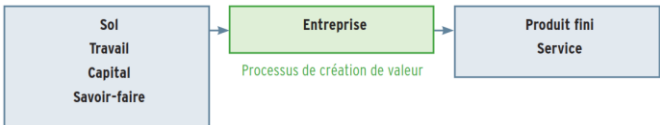
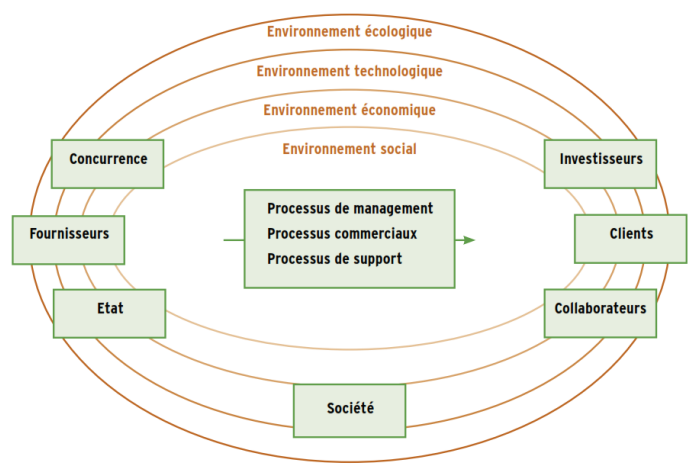


Économie d'entreprise Connaissances de base	Question 1	Économie d'entreprise	Réponse 1
<p>Quelle est la différence entre l'économie politique et l'économie d'entreprise ?</p> <p>© Schatz Verlag</p>			<p>Alors que l'économie politique considère le tissu économique dans son ensemble, c'est-à-dire l'interaction entre entreprises et ménages, l'économie d'entreprise examine la seule entreprise.</p> <p>Nous analysons des entreprises depuis l'intérieur, avec ses processus et ses voies de décision.</p>
Économie d'entreprise Connaissances de base	Question 2	Économie d'entreprise	Réponse 2
<p>Que signifie « création de valeur » ?</p> <p>© Schatz Verlag</p>			<p>Toute entreprise doit se procurer les facteurs de production énumérés. À partir de là, elle va créer un produit, en espérant que la valeur de celui-ci dépassera la valeur des ressources employées.</p> <p>L'entreprise crée ainsi de la valeur ajoutée. Nous pouvons aussi parler d'un processus de création de valeur.</p>  <pre> graph LR A["Sol Travail Capital Savoir-faire"] --> B["Entreprise Processus de création de valeur"] B --> C["Produit fini Service"] </pre>
Économie d'entreprise Connaissances de base	Question 3	Économie d'entreprise	Réponse 3
<p>Qu'est-ce qu'un « processus à l'œuvre dans l'entreprise » ?</p> <p>Quelles formes peuvent être distinguées ?</p> <p>© Schatz Verlag</p>			<p>Un processus est un enchaînement de différentes activités, dans le but de créer une valeur pour le client.</p> <p>On peut distinguer :</p> <ul style="list-style-type: none"> les processus opérationnels les processus de support les processus de management

Économie d'entreprise Connaissances de base	Question 4	Économie d'entreprise	Réponse 4
<p>Pour satisfaire le principe économique et faire face à la concurrence, les firmes s'efforcent constamment de perfectionner leurs processus.</p> <p>Que signifie dans ce contexte l'abréviation CQR ?</p> <p>© Schatz Verlag</p>		<p>Comment pouvons-nous améliorer</p> <ul style="list-style-type: none"> le coût ? la qualité ? la rapidité ? 	
Économie d'entreprise Connaissances de base	Question 5	Économie d'entreprise	Réponse 5
<p>Quelles sont les trois questions auxquelles une organisation se doit de répondre clairement ?</p> <p>Qu'est-ce qu'un organigramme ?</p> <p>© Schatz Verlag</p>		<p>Une bonne organisation de l'entreprise doit, pour chaque collaboratrice et chaque collaborateur, fournir une réponse claire aux trois questions suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Que dois-je faire ? • Comment dois-je le faire ? • Vers qui dois-je me tourner en cas de problème ? <p>Un organigramme est une représentation graphique de la manière dont une entreprise est ordonnée ou hiérarchisée. Il indique sous la responsabilité de qui se trouve chaque personne.</p> <p>Il reproduit la structure d'une entreprise et donne la réponse à la question « Vers qui dois-je me tourner en cas de problème ? »</p>	
Économie d'entreprise Connaissances de base	Question 6	Économie d'entreprise	Réponse 6
<p>Quelles sont les différentes possibilités de structurer une organisation ?</p> <p>© Schatz Verlag</p>		<ul style="list-style-type: none"> • selon les fonctions • selon les produits • selon les marchés 	

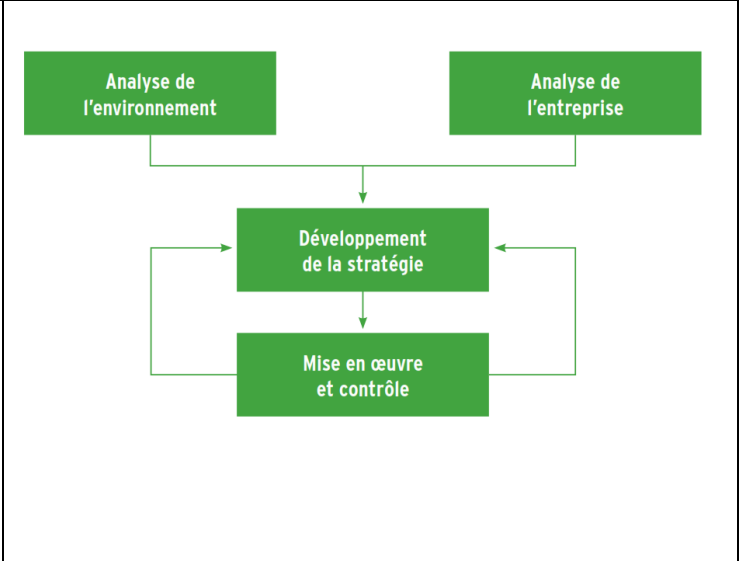
Économie d'entreprise Connaissances de base	Question 7	Économie d'entreprise	Réponse 7
<p>À quoi servent les flowcharts ou diagrammes de flux ?</p> <p>© Schatz Verlag</p>		<p>Les flowcharts ou les diagrammes de flux sont des représentations graphiques montrant comment les processus se déroulent dans une entreprise.</p> <p>Ils montrent quelles démarches ou activités un processus comprend.</p> <p>De tels diagrammes de flux représentent soit la pratique du moment (état actuel) ou montrent un avenir optimisé (situation future).</p>	
Économie d'entreprise Connaissances de base	Question 8	Économie d'entreprise	Réponse 8
<p>Nommez quelques facteurs « durs » et « soft » concernant le lieu d'implantation d'une entreprise.</p> <p>© Schatz Verlag</p>		<p>Facteurs « durs » :</p> <ul style="list-style-type: none"> impôts, taxes, subventions niveau des salaires disponibilité des surfaces qualité et quantité de l'offre de main-d'œuvre raccordement aux réseaux de transport proximité des sous-traitants <p>Facteurs « soft » :</p> <ul style="list-style-type: none"> mentalité de la population, attitude face au travail image en tant que place économique administration favorable aux entreprises offre culturelle 	
Économie d'entreprise Connaissances de base	Question 9	Économie d'entreprise	Réponse 9
<p>Décrivez le processus d'une analyse multicritère.</p> <p>© Schatz Verlag</p>		<ol style="list-style-type: none"> 1. Déterminer des critères d'évaluation concernant le choix. 2. Pondérer ces critères d'évaluation. 3. Lister toutes les variantes de solutions. 4. Évaluer les variantes de solutions en fonction du degré de réalisation de tel ou tel critère. 5. Multiplier cette évaluation par la pondération et calculer la somme des différentes variantes de solutions. Cette somme est l'estimation de l'utilité d'une solution. 6. Ensuite, il faut mettre en relation l'utilité d'une solution exprimée en chiffres et les coûts. 7. Sur la base de cette analyse rationnelle, c'est la solution ayant le meilleur rapport coût/utilité qui devrait être choisie. 	

<p>Économie d'entreprise Connaissances de base</p>	<p>Question 10</p>	<p>Décrivez le modèle d'entreprise de St-Gall en utilisant vos propres termes.</p> <p>© Schatz Verlag</p>	<p>Économie d'entreprise</p> <p>Réponse 10</p> 														
<p>Économie d'entreprise Connaissances de base</p>	<p>Question 11</p>	<p>Nommez au moins trois groupes de parties prenantes (stakeholders) et leurs attentes envers une société.</p> <p>© Schatz Verlag</p>	<p>Économie d'entreprise</p> <p>Réponse 11</p> <table border="1" data-bbox="798 940 1500 1299"> <tr> <td>Clients</td> <td>prestations de bonne qualité, au prix le plus avantageux possible</td> </tr> <tr> <td>Collaborateurs</td> <td>travail intéressant, salaire élevé et sécurité de l'emploi</td> </tr> <tr> <td>Fournisseurs</td> <td>fournir le plus de biens et services possible, à des prix élevés</td> </tr> <tr> <td>Investisseurs</td> <td>entreprise solide, rentable et avec de bonnes perspectives d'avenir</td> </tr> <tr> <td>Etat</td> <td>beaucoup de places de travail et des recettes fiscales régulières</td> </tr> <tr> <td>Société</td> <td>environnement naturel préservé, promotion de la culture, du sport, etc.</td> </tr> <tr> <td>Concurrents</td> <td>comportement loyal / défense d'intérêts communs</td> </tr> </table>	Clients	prestations de bonne qualité, au prix le plus avantageux possible	Collaborateurs	travail intéressant, salaire élevé et sécurité de l'emploi	Fournisseurs	fournir le plus de biens et services possible, à des prix élevés	Investisseurs	entreprise solide, rentable et avec de bonnes perspectives d'avenir	Etat	beaucoup de places de travail et des recettes fiscales régulières	Société	environnement naturel préservé, promotion de la culture, du sport, etc.	Concurrents	comportement loyal / défense d'intérêts communs
Clients	prestations de bonne qualité, au prix le plus avantageux possible																
Collaborateurs	travail intéressant, salaire élevé et sécurité de l'emploi																
Fournisseurs	fournir le plus de biens et services possible, à des prix élevés																
Investisseurs	entreprise solide, rentable et avec de bonnes perspectives d'avenir																
Etat	beaucoup de places de travail et des recettes fiscales régulières																
Société	environnement naturel préservé, promotion de la culture, du sport, etc.																
Concurrents	comportement loyal / défense d'intérêts communs																
<p>Économie d'entreprise Connaissances de base</p>	<p>Question 12</p>	<p>Quelle est la définition courante d'une stratégie ?</p> <p>© Schatz Verlag</p>	<p>Économie d'entreprise</p> <p>Réponse 12</p> <p>Une <i>stratégie</i> donne des réponses claires aux questions suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> → Que voulons-nous atteindre avec une organisation (buts) ? → Comment atteindre ces buts (procédés) ? → Avec quoi y arriver (moyens) ? 														

Économie d'entreprise Connaissances de base	Question 13	Économie d'entreprise	Réponse 13
--	--------------------	------------------------------	-------------------

Décrivez la procédure de développement typique d'une stratégie.

© Schatz Verlag

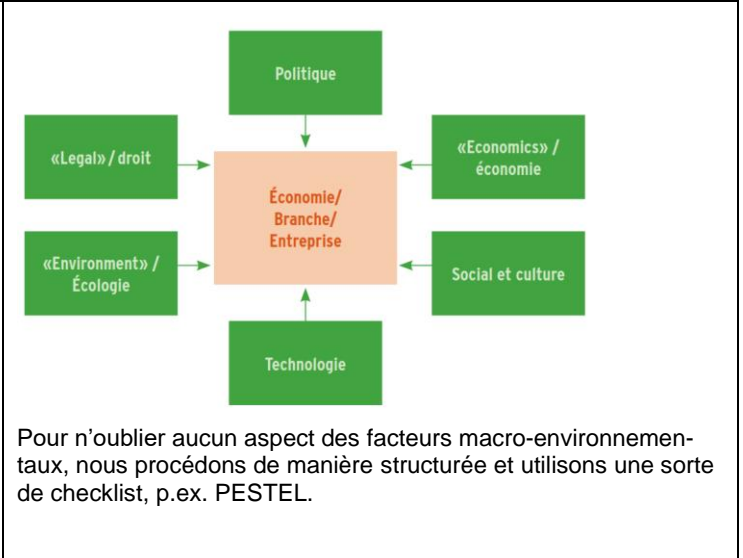


Économie d'entreprise Connaissances de base	Question 14	Économie d'entreprise	Réponse 14
--	--------------------	------------------------------	-------------------

Que signifie le sigle PESTEL ?

Où est-ce que PESTEL est utilisé ?

© Schatz Verlag

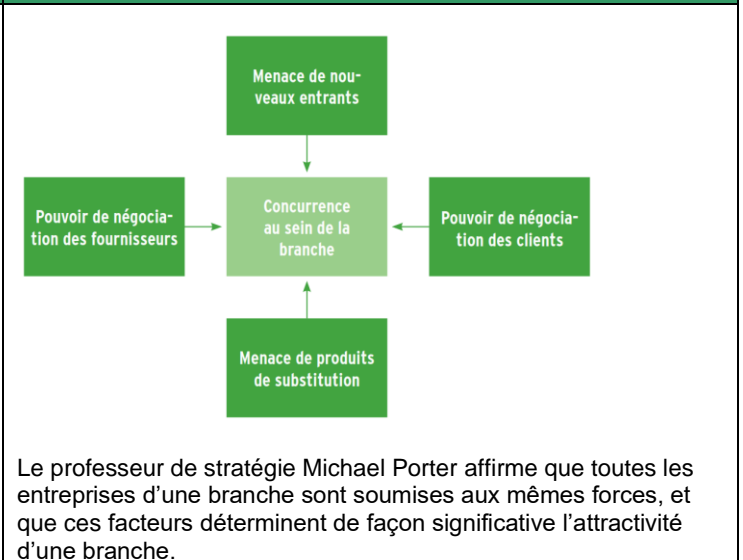


Économie d'entreprise Connaissances de base	Question 15	Économie d'entreprise	Réponse 15
--	--------------------	------------------------------	-------------------

Nommez les composants de l'analyse des cinq forces.

À quoi servent-ils ?

© Schatz Verlag



Économie d'entreprise Connaissances de base	Question 16	Économie d'entreprise	Réponse 16									
<p>Nommez les activités principales typiques d'une entreprise de production dont les points forts et faibles peuvent être analysés.</p> <p>© Schatz Verlag</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Logistique d'approvisionnement • Fabrication • Logistique de commercialisation • Marketing & vente • Services 										
Économie d'entreprise Connaissances de base	Question 17	Économie d'entreprise	Réponse 17									
<p>Qu'est-ce qu'une SWOT ?</p> <p>© Schatz Verlag</p>		<p>La SWOT est un résumé des analyses. Les chances et les dangers résultant de l'analyse de l'environnement et les points forts et faibles découlant de l'analyse de l'organisation sont représentés dans un tableau.</p> <p>Le sigle « SWOT » provient des notions anglaises : Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats.</p> <table border="1" data-bbox="805 1176 1484 1377"> <thead> <tr> <th></th> <th>Aspects positifs</th> <th>Aspects négatifs</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <th>Diagnostic interne</th> <td>Forces Strengths (S)</td> <td>Faiblesses Weaknesses (W)</td> </tr> <tr> <th>Diagnostic externe</th> <td>Chances Opportunities (O)</td> <td>Risques Threats (T)</td> </tr> </tbody> </table>		Aspects positifs	Aspects négatifs	Diagnostic interne	Forces Strengths (S)	Faiblesses Weaknesses (W)	Diagnostic externe	Chances Opportunities (O)	Risques Threats (T)	
	Aspects positifs	Aspects négatifs										
Diagnostic interne	Forces Strengths (S)	Faiblesses Weaknesses (W)										
Diagnostic externe	Chances Opportunities (O)	Risques Threats (T)										
Économie d'entreprise Connaissances de base	Question 18	Économie d'entreprise	Réponse 18									
<p>Qu'est-ce qu'une analyse TOWS ?</p> <p>© Schatz Verlag</p>		<p>C'est une évaluation de la SWOT permettant d'élaborer des stratégies possibles. Elle relie les chances et dangers déterminés aux forces et faiblesses reconnues.</p> <table border="1" data-bbox="805 1736 1492 2060"> <thead> <tr> <th></th> <th>Forces (Strengths)</th> <th>Faiblesses (Weaknesses)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <th>Chances (Opportunities)</th> <td> Stratégies SO - percevoir les chances en utilisant les forces - expansions / investissements - utiliser les tendances selon les ressources disponibles </td> <td> Stratégies WO - surmontent les faiblesses de l'entreprise pour poursuivre les opportunités - p.ex. diminution de la bureaucratie (faiblesse) pour pouvoir réagir plus rapidement et utiliser les chances du marché </td> </tr> <tr> <th>Risques (Threats)</th> <td> Stratégies ST - utiliser les forces pour compenser ou minimiser les risques de l'environnement - utiliser des relations pour influencer les conditions de l'environnement </td> <td> Stratégies WT - réduire les faiblesses pour diminuer les risques - stratégies de désinvestissement </td> </tr> </tbody> </table>		Forces (Strengths)	Faiblesses (Weaknesses)	Chances (Opportunities)	Stratégies SO - percevoir les chances en utilisant les forces - expansions / investissements - utiliser les tendances selon les ressources disponibles	Stratégies WO - surmontent les faiblesses de l'entreprise pour poursuivre les opportunités - p.ex. diminution de la bureaucratie (faiblesse) pour pouvoir réagir plus rapidement et utiliser les chances du marché	Risques (Threats)	Stratégies ST - utiliser les forces pour compenser ou minimiser les risques de l'environnement - utiliser des relations pour influencer les conditions de l'environnement	Stratégies WT - réduire les faiblesses pour diminuer les risques - stratégies de désinvestissement	
	Forces (Strengths)	Faiblesses (Weaknesses)										
Chances (Opportunities)	Stratégies SO - percevoir les chances en utilisant les forces - expansions / investissements - utiliser les tendances selon les ressources disponibles	Stratégies WO - surmontent les faiblesses de l'entreprise pour poursuivre les opportunités - p.ex. diminution de la bureaucratie (faiblesse) pour pouvoir réagir plus rapidement et utiliser les chances du marché										
Risques (Threats)	Stratégies ST - utiliser les forces pour compenser ou minimiser les risques de l'environnement - utiliser des relations pour influencer les conditions de l'environnement	Stratégies WT - réduire les faiblesses pour diminuer les risques - stratégies de désinvestissement										

Économie d'entreprise Connaissances de base	Question 19
--	--------------------

Économie d'entreprise	Réponse 19
------------------------------	-------------------

Décrivez la matrice P/M développée par Igor Ansoff.

Comment Ansoff définit-il la diversification ?

© Schatz Verlag

	Produit	existant	nouveau
Marché			
existant		pénétration du marché	développement de produits
nouveau		extension du marché	diversification

Diversification : une entreprise essaie de vendre un produit nouveau pour elle sur un marché qui lui est inconnu.

Économie d'entreprise Connaissances de base	Question 20
--	--------------------

Nommez deux stratégies génériques de Porter.

© Schatz Verlag

Économie d'entreprise	Réponse 20
------------------------------	-------------------

- **la stratégie de différenciation**
- **la stratégie des coûts bas**

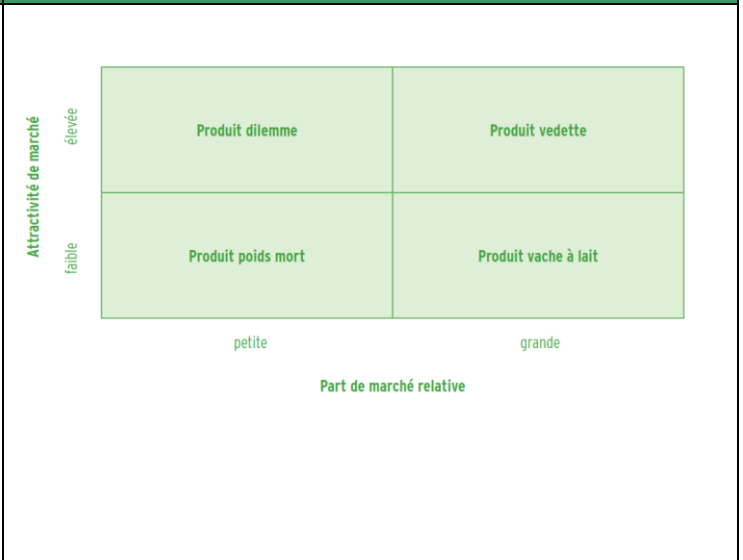
Il est possible de **combiner** ces deux stratégies (différenciation élevée pour des coûts bas).

Économie d'entreprise Connaissances de base	Question 21
--	--------------------

Décrivez en utilisant vos propres termes une approche de type portefeuille courante telle qu'elle est volontiers utilisée par des entreprises disposant d'un large assortiment de produits.

© Schatz Verlag

Économie d'entreprise	Réponse 21
------------------------------	-------------------



Économie d'entreprise Connaissances de base	Question 22	Économie d'entreprise	Réponse 22
<p>Quelles sont les recommandations stratégiques pour les produits vedette, les produits dilemme, les vaches à lait et les poids mort ?</p> <p>© Schatz Verlag</p>			<p>Produits vedette Continuer à investir l'argent généré par les produits vedette, càd étendre les parts de marché aussi longtemps que le marché est attractif.</p> <p>Produits vache à lait Retirer l'argent des vaches à lait (sans les affaiblir notablement) et investir les moyens dans les produits dilemme.</p> <p>Produits dilemme Il faut gagner des parts de marché le plus vite possible (investissements dans le développement de produits, publicité, etc.).</p> <p>Produits poids mort Vendre ce domaine / stopper la production.</p>
Économie d'entreprise Connaissances de base	Question 23	Économie d'entreprise	Réponse 23
<p>À quoi servent les lignes directrices et les concepts entrepreneuriaux ?</p> <p>© Schatz Verlag</p>			<p>Les lignes directrices et les concepts entrepreneuriaux sont des instruments de réalisation d'une stratégie.</p> <p>La ligne directrice permet de communiquer les intentions stratégiques aux parties prenantes (collaborateurs, clients, fournisseurs notamment).</p> <p>Le concept entrepreneurial concrétise la stratégie dans tous les domaines de l'entreprise.</p>
Économie d'entreprise Connaissances de base	Question 24	Économie d'entreprise	Réponse 24
<p>Quelle est l'idée fondamentale du marketing ?</p> <p>© Schatz Verlag</p>			<p>L'idée fondamentale du marketing est l'orientation conséquente de toute l'entreprise vers les besoins du marché.</p> <p>L'on s'occupe de la promotion des ventes.</p>

Économie d'entreprise Connaissances de base	Question 25	Économie d'entreprise	Réponse 25
<p>Définissez la taille des marchés.</p> <p>© Schatz Verlag</p>			<p>la capacité du marché qui montre la <i>capacité d'absorption maximale possible du marché</i>, indépendamment du pouvoir d'achat (prix = 0).</p> <p>le potentiel du marché qui correspond à la <i>taille réalisable</i> lorsque les mesures de marketing de tous les offrants sont utilisées de façon optimale.</p> <p>le volume du marché qui montre la taille effective du marché et correspond au total des chiffres d'affaires de tous les offrants.</p> <p>la part de marché qui désigne la part exprimée en pourcentage (quantité, valeur) d'un offrant par rapport à l'ensemble du volume du marché.</p>
Économie d'entreprise Connaissances de base	Question 26	Économie d'entreprise	Réponse 26
<p>Pourquoi segmentons-nous un marché ?</p> <p>Et selon quels critères puis-je segmenter ?</p> <p>© Schatz Verlag</p>			<p>Chaque offrant est aujourd'hui obligé de définir des secteurs d'un marché qui représentent à peu près les mêmes besoins, pour pouvoir les couvrir de façon optimale.</p> <p>Nous appelons cela <i>segmentation</i>.</p> <p>Nous pouvons effectuer cette division :</p> <ul style="list-style-type: none"> ↪ selon des critères <i>géographiques</i> ↪ selon des critères <i>démographiques</i> ↪ selon des critères <i>psychographiques</i> ↪ selon des critères <i>comportementaux</i>
Économie d'entreprise Connaissances de base	Question 27	Économie d'entreprise	Réponse 27
<p>Décrivez en utilisant vos propres termes les composants du marketing mix.</p> <p>© Schatz Verlag</p>			<p>Produit ou conception des produits</p> <p>Prix ou formation des prix</p> <p>Place distribution/place</p> <p>Promotion ou prospection du marché</p> <p>« Mix » signifie que les quatre P doivent être combinés de façon optimale, que les différents aspects ne doivent pas être en contradiction les uns avec les autres, mais s'étayer et se soutenir mutuellement.</p>

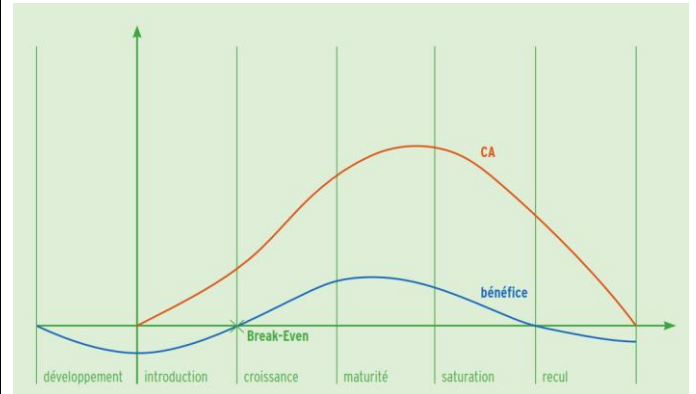
Économie d'entreprise
Connaissances de base

Question 28

Économie d'entreprise

Réponse 28

Décrivez le cycle de vie typique idéal d'un produit.
Expliquez également dans quelle phase l'entreprise commence à réaliser des gains.



© Schatz Verlag

Économie d'entreprise
Connaissances de base

Question 29

Économie d'entreprise

Réponse 29

Nommez les trois types de détermination des prix et expliquez-les.

Le Cost-up Pricing : L'on calcule les coûts (de production) d'un produit, d'un service et l'on ajoute une marge bénéficiaire à ce prix de revient.

Le Target Pricing : L'on fixe à l'avance un prix de vente final auquel les producteurs doivent absolument se tenir.

Le Benefit Pricing : Avec l'acquisition du produit, du service, un client réalise une plus-value sous forme d'économie de coûts. Nous voulons exploiter en partie cette „plus-value“ (Benefit) en offrant le produit à un prix élevé.

© Schatz Verlag

Économie d'entreprise
Connaissances de base

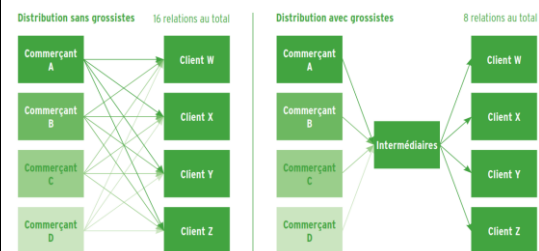
Question 30

Économie d'entreprise

Réponse 30

Quelles tâches sont assumées par les intermédiaires ?

Les intermédiaires, les grossistes facilitent la distribution des marchandises :



Et puis, un partenaire de distribution peut assumer des fonctions additionnelles importantes (p.ex. le financement et le trafic des paiements, la présentation des marchandises, le conseil et le service).

© Schatz Verlag

Économie d'entreprise Connaissances de base	Question 31	Économie d'entreprise	Réponse 31
<p>Comment définir les <i>Public Relations</i> (PR) ?</p> <p>© Schatz Verlag</p>			<p>Avec les Public Relations ou <i>relations publiques</i> (RP), une entreprise essaie de créer un rapport de confiance qui facilite les futures relations entre elle et les clients potentiels ou d'autres parties prenantes (stakeholders).</p> <p>Il faut établir de la sympathie et de la compréhension face à l'entreprise.</p>
Économie d'entreprise Connaissances de base	Question 32	Économie d'entreprise	Réponse 32
<p>Nommez au minimum 5 éléments de la conception de la publicité.</p> <p>© Schatz Verlag</p>			<ol style="list-style-type: none"> 1. l'objet publicitaire 2. le sujet de la publicité 3. les objectifs publicitaires 4. le message publicitaire 5. les médias publicitaires 6. la période promotionnelle 7. l'emplacement publicitaire 8. le budget publicitaire
Économie d'entreprise Connaissances de base	Question 33	Économie d'entreprise	Réponse 33
<p>© Schatz Verlag</p>			