

**ANNALES**

**Sujets d'examen**

**Management et gestion en entreprise 1**

**Christian Virmaux**

## EXAMEN 2004 – 2005

### EXERCICE 1

L'entreprise ICMS (Institut de Calcul et de Mesure Scientifique) est un groupe international présent sur tous les continents. Son métier principal consiste à fournir à ses clients tous les moyens nécessaires en hommes, méthodes, matériels et logiciels afin de résoudre toutes les problématiques de calculs et de mesures scientifiques. Ses clients sont des entreprises de recherche, des laboratoires, des instituts, des entreprises industrielles dans tous les secteurs d'activité, des entreprises dans le secteur de l'informatique.

Sa structure de management est constituée d'un comité de direction de 4 personnes qui sont en fait les dirigeants créateurs associés de l'entreprise qui est née en 1970 à partir d'une idée géniale.

34 ans plus tard, alors que l'activité s'est développée de façon opportuniste non seulement sur chacun des continents de manière très différente mais aussi au niveau des pays eux-mêmes, nos 4 actionnaires propriétaires décident de mettre en place un Système de Management Intégré, harcelés qu'ils sont par la multitude de cadres législatifs nationaux et internationaux et soucieux de gagner en efficacité par la généralisation des meilleures pratiques qui se sont développées dans chacune de leurs unités.

Comment vont-ils procéder ?

**1<sup>ère</sup> question (1 point)** : regroupez les fonctions suivantes en 4 pôles de management dont chacun des 4 actionnaires deviendra le patron : direction générale, qualité, sécurité, environnement, marketing, finances, ressources humaines, informatique, commerce, production, recherche et développement, communication externe, communication interne, contrôle de gestion, développement international, juridique.

**2<sup>ème</sup> question (4 points)** : indépendamment du découpage formel qui vous est demandé dans la première question, vous motiverez explicitement les raisons de vos choix (ce qui justifie selon vous l'efficacité de votre découpage fonctionnel).

### EXERCICE 2

L'entreprise LAVTOU qui est un « pure player » a mis sur le marché 4 machines à laver le linge et 4 machines à laver la vaisselle. Elle a ciblé à chaque fois les mêmes segments : a) le célibataire urbain, homme ou femme jusqu'à 30 ans, b) le jeune couple sans enfants, c) le couple avec un enfant, d) la famille nombreuse, c'est-à-dire ayant au moins 3 enfants.

Vous réalisez deux analyses de la valeur sur les machines à laver le linge, d'une part pour combler l'absence dans la gamme pour les familles à 2 enfants, d'autre part pour attaquer le segment des seniors vivant seuls après 60 ans.

**3<sup>ème</sup> question (1 point)** : quelles sont les fonctions du produit « machine à laver le linge » que vous allez ajouter ou retrancher à vos produits existants pour conquérir ces 2 nouveaux segments ?

**4<sup>ème</sup> question (4 points)** : quelle est votre stratégie ? Pour vous aider à répondre à cette question, vous répondrez aux questions suivantes :

Souhaitez vous fidéliser ou conquérir ?

Souhaitez vous avoir une politique d'innovation (R&D) ou une politique de suiveur (sachant que vous êtes un pure player) ?

Vous souhaitez diversifier votre activité :

a) vous ajoutez des produits proches de votre gamme : congélateurs, réfrigérateurs (mais dont la technologie vous échappe)

**ou**

b) vous préférez acquérir des start up dans un secteur prometteur (mais dont vous ne connaissez pas le métier) ?

Quel que soient vos choix, motivez vos décisions et expliquez en quoi elles sont cohérentes.

Faites une conclusion en 2 ou 3 phrases.

## EXAMEN DE RATRAPPAGE 2004 – 2005

L'entreprise MS21 (Mesures Scientifiques du 21<sup>ème</sup> siècle) vient d'être créée par 3 jeunes diplômés du Master SEMOI qui sont actionnaires à parts égales.

MS21 a trois activités principales :

- 1) conception d'appareils de mesure et de contrôle,
- 2) fabrication d'appareils de mesure et de contrôle,
- 3) installation d'appareils de mesure et de contrôle,

Cette entreprise, grâce aux fonds propres de nos trois actionnaires d'une part et soutenue par des investisseurs européens d'autre part procèdent dès sa création à l'acquisition de trois entreprises concurrentes en France (125 personnes), en Allemagne (145 personnes) et au Royaume Uni (260 personnes). Le site français est en pointe en R&D ; le site allemand est bien organisé, il est certifié ISO9001 : 2000 ; le site anglais représente 60% du CA du groupe et possède 90% de part de marché au Royaume Uni.

---

Nos trois actionnaires décident de résider l'un à Paris, l'autre à Berlin, le troisième à Londres et décident de se répartir les responsabilités.

**1<sup>ère</sup> question (5 points) :** vous êtes l'un de ces 3 actionnaires, répartissez les fonctions suivantes en trois groupes, attribuez leur leadership à l'un des trois pays et pour chaque fonction, justifiez vos choix : direction générale, qualité, sécurité, environnement, marketing, finances, ressources humaines, informatique, commerce, production, recherche et développement, communication externe, communication interne, contrôle de gestion, développement international, juridique.

---

L'Inde, très en pointe sur le secteur des hautes technologies est très présente sur la partie conception à des coûts très concurrentiels. La Chine qui souhaite aussi acquérir les savoirs faire de conception n'est positionnée pour l'instant que sur la fabrication avec des coûts défiant toute concurrence (10 fois moins coûteux).

**2<sup>ème</sup> question (15 points) :**

**2.1 (7/15 points)** Quelle sera votre stratégie en partant du principe que les informations qui vous sont données ci-dessus sont vraies ? Vous indiquerez notamment votre stratégie pour l'activité de conception, puis pour la fabrication, puis pour l'installation. Vous penserez à chaque fois à indiquer quelle est votre politique de prix en fonction de la situation concurrentielle.

**2.2 (2/15 points)** De plus, vous indiquerez notamment si selon vous il serait pertinent de faire de la croissance externe en achetant une entreprise indienne ou chinoise ou les deux.

**2.3 (2/15 points)** Vous indiquerez aussi les outils ou les méthodes de management que vous utiliseriez en interne pour réduire vos coûts tout en restant en tête dans l'innovation.

**2.4 (2/15 points)** Vous paraît-il pertinent de délocaliser votre activité de conception en Inde et votre activité de fabrication en Chine ?

**2.5 (2/15 points)** Reprenez vos réponses en 2.1, 2.2, 2.3, 2.4 et quels que soient vos choix, motivez vos décisions et expliquez en quoi elles sont cohérentes. Faites une conclusion en quelques phrases.

## EXAMEN 2005 – 2006

Les situations décrites, les données indiquées et les personnages de l'énoncé sont totalement imaginaires et ne correspondent en aucun cas à une situation réelle de marché. Ils ne servent qu'aux besoins de l'examen.

L'entreprise MSI (Mesures Scientifiques Internationales) est un groupe présent sur tous les continents. Son métier principal consiste à fournir à ses clients tous les moyens nécessaires en hommes, méthodes, matériels et logiciels afin de résoudre les problématiques de calculs et de mesures scientifiques. Ses clients sont des entreprises de recherche, des laboratoires, des instituts, des entreprises industrielles dans tous les secteurs d'activité et des entreprises dans le secteur de l'informatique.

Sa structure de management est constituée d'un comité de direction de 5 personnes qui sont en fait les dirigeants actionnaires de l'entreprise créée en 1950.

Depuis, l'activité s'est développée de manière inégale selon les zones géographiques et le temps de rationaliser est venu. Nos 5 actionnaires font appel à vous pour que vous les aidiez à mettre en place un Système de Management Intégré :

- a) harcelés qu'ils sont par la multitude de cadres législatifs et normatifs nationaux et internationaux et
- b) soucieux de gagner en efficacité par la généralisation des meilleures pratiques qui se sont développées dans chacune de leurs unités.

Chaque dirigeant / actionnaire dirige une business area : 1) Europe, 2) Amérique du Nord, 3) Asie hors Japon, 4) Amérique du Sud et Afrique, 5) Japon et Océanie.

Comment allez-vous procéder ?

**1<sup>ère</sup> question (10 points)** : regroupez les fonctions suivantes en 5 pôles de management dont chacun des 5 actionnaires deviendra le patron et localisez-les par business area : direction générale, qualité, sécurité, environnement, marketing, finances, ressources humaines, informatique, commerce, production, recherche et développement, communication externe, communication interne, contrôle de gestion, développement international, juridique. Justifiez vos choix.

**2<sup>ème</sup> question (10 points)** : indiquez dans l'ordre les 5 premières actions que vous allez mettre en œuvre pour déployer leur Système de Management Intégré. Prenez en compte qu'ils souhaitent répondre principalement à deux besoins : faire face à des législations très diverses et parfois contradictoires et développer les meilleures pratiques en les généralisant à toutes les business areas.

## EXAMEN DE RATRAPPAGE 2005 – 2006

Les situations et les données de l'énoncé sont totalement imaginaires et ne correspondent pas à une situation réelle de marché. Ils ne servent qu'aux besoins de l'examen.

ICMS (Instruments de Contrôle et de Mesures Scientifiques) est une entreprise européenne dont le métier consiste à fournir à ses clients tous les moyens nécessaires en hommes, méthodes, matériels et logiciels afin de résoudre les problématiques de calculs et de mesures scientifiques. Ses clients sont des entreprises de recherche, des laboratoires, des instituts, des entreprises industrielles dans tous les secteurs d'activité et des entreprises dans le secteur de l'informatique.

L'entreprise ICMS est leader sur le marché européen du matériel de mesure avec les caractéristiques suivantes :

La part de marché dans le segment stratégique : 40%

Le coût de revient des produits : le plus bas du marché

Le potentiel R&D de l'entreprise : le meilleur du marché

La capacité d'achats : correcte

La couverture géographique : presque nulle en Europe de l'Est, peu présente en Europe du Nord qui compte pour 15% du marché européen; peu présente dans les pays du sud de l'Europe qui pèsent aussi pour 15%. La présence est forte en Allemagne, France, Royaume Uni et Bénélux.

L'image de l'entreprise : bonne image mais des produits réputés « chers »

La capacité de production : correcte.

Le segment stratégique des matériels de mesure a des caractéristiques, notamment :

Un taux de croissance de 10%;

Des parts de marché des entreprises dominantes de 70%;

Une relative stabilité technologique;

Des niveaux de prix qui assurent de bonnes marges, une excellente rentabilité;

La sécurité d'approvisionnement est relative dans la mesure où les pays qui fournissent les composants sont réputés politiquement instables.

**1ère question (10 points) :** en utilisant et en nommant la matrice stratégique qui convient avec les données dont vous disposez, indiquez la stratégie que vous allez mettre en œuvre sur ce segment.

Comme nous l'avons indiqué précédemment, une image de produits et services chers s'est développée auprès de la clientèle. C'est pour cela que les logiciels se vendent mal car la concurrence propose des logiciels à performance équivalente nettement moins chers. Il serait intéressant d'avoir des coûts de revient de ces logiciels inférieurs de 20%. Il est parallèlement reproché à l'entreprise que ses logiciels offrent des fonctionnalités superflues alors que d'autres fonctionnalités souvent demandées par la clientèle et parfois fournies par la concurrence n'ont pas été développées.

**2<sup>ème</sup> question (10 points) :** en utilisant une méthode éprouvée dont vous citerez le nom, indiquez la marche à suivre (dont les étapes de la méthode) pour reconquérir les clients en offrant des logiciels répondant strictement aux besoins des clients tout en baissant vos coûts de développement.

**EXAMEN 2006 – 2007**  
Aucun document autorisé

Les situations et les données de l'énoncé sont totalement imaginaires et ne correspondent pas à une situation réelle de marché. Elles ne servent qu'aux besoins de l'examen.

QCMS (Qualité Contrôle et Mesures Scientifiques) est une entreprise internationale dont le métier consiste à fournir à ses clients les moyens nécessaires en matériels et logiciels afin de résoudre les problématiques de calculs et de mesures scientifiques. Ses clients sont des entreprises de recherche, des laboratoires, des instituts, des entreprises industrielles dans tous les secteurs d'activité et des entreprises dans le secteur de l'informatique.

Le secteur est un oligopole à frange concurrentielle avec 3 entreprises leaders dont l'entreprise QCMS qui a les caractéristiques suivantes :

La part de marché dans le segment stratégique : 30%

Le coût de revient des produits : l'un des plus bas du marché

Le potentiel R&D de l'entreprise : en léger retrait par rapport aux 2 autres principaux concurrents

La capacité d'achats : la meilleure du marché

La couverture géographique : les pays d'Europe qui font 80% du marché en Europe ; les USA qui font 70% du marché en Amérique du Nord et du Sud réunies; les pays d'Asie (dont le Japon) qui couvrent 70% du chiffre d'affaires asiatique, en Afrique et Océanie dans les pays couvrant 90% du marché africain et océanien.

L'image de l'entreprise : une image qui se dégrade lentement depuis 3 années parce que les prix de ses produits stagnent voire augmentent légèrement alors que ceux de ses concurrents baissent de manière significative. L'augmentation des prix est justifiée par QCMS par des fonctionnalités nouvelles que les clients ne semblent pas rechercher alors que des demandes insistantes de la clientèle couvertes par les 2 principaux concurrents ne trouvent pas encore de réponses avec les produits vendus par QCMS.

La capacité de production : correcte.

Le segment stratégique des matériels de mesure a des caractéristiques, notamment :

Un taux de croissance de 15%;

Des parts de marché des entreprises dominantes de 80%;

Une relative stabilité technologique;

Des niveaux de prix qui assurent de bonnes marges, une excellente rentabilité;

La sécurité d'approvisionnement est relative dans la mesure où les pays qui fournissent les composants sont réputés politiquement instables.

**1ère question (10 points)** : en utilisant et en nommant la matrice stratégique qui convient avec les données dont vous disposez (1,5 points), indiquez la stratégie que vous allez mettre en œuvre sur ce segment (6 points). Donnez 3 ou 4 exemples concrets d'action à mener dès lors que vous connaissez la stratégie à mettre en œuvre (2,5).

---

Comme nous l'avons indiqué précédemment, une image de produits et services chers avec une qualité relative (réponse aux besoins dégradée) s'est développée auprès de la clientèle. C'est pour cela que les logiciels se vendent mal car la concurrence propose des logiciels à performance équivalente perçue par les clients nettement moins chers. Il serait intéressant d'avoir des coûts de revient de ces logiciels inférieurs de 20%.

**2<sup>ème</sup> question (10 points)** : en utilisant une méthode éprouvée dont vous citerez le nom (2 points), indiquez la marche à suivre (dont les étapes de la méthode – 6 points) pour reconquérir les clients en offrant des logiciels répondant strictement aux besoins des clients tout en baissant vos coûts de développement. Donnez des exemples d'amélioration compte tenu du contexte, des produits vendus et de la méthode utilisée qui pourraient permettre une baisse des prix et une plus grande satisfaction des clients (2 points).

## EXAMEN de rattrapage 2006 – 2007

### EXERCICE 1

L'entreprise ICMS (Institut de Calcul et de Mesure Scientifique) est un groupe international présent sur tous les continents. Son métier principal consiste à fournir à ses clients tous les moyens nécessaires en hommes, méthodes, matériels et logiciels afin de résoudre toutes les problématiques de calculs et de mesures scientifiques. Ses clients sont des entreprises de recherche, des laboratoires, des instituts, des entreprises industrielles dans tous les secteurs d'activité, des entreprises dans le secteur de l'informatique.

Sa structure de management est constituée d'un comité de direction de 3 personnes qui sont en fait les dirigeants créateurs associés de l'entreprise qui est née en 1970 à partir d'une idée géniale.

34 ans plus tard, alors que l'activité s'est développée de façon opportuniste non seulement sur chacun des continents de manière très différente mais aussi au niveau des pays eux-mêmes, nos 3 actionnaires propriétaires décident de mettre en place un Système de Management Intégré, harcelés qu'ils sont par la multitude de cadres législatifs nationaux et internationaux et soucieux de gagner en efficacité par la généralisation des meilleures pratiques qui se sont développées dans chacune de leurs unités.

Comment vont-ils procéder ?

**1<sup>ère</sup> question (2 points)** : regroupez les fonctions suivantes en 3 pôles de management dont chacun des 4 actionnaires deviendra le patron : direction générale, qualité, sécurité, environnement, marketing, finances, ressources humaines, informatique, commerce, production, recherche et développement, communication externe, communication interne, contrôle de gestion, développement international, juridique.

**2<sup>ème</sup> question (4 points)** : indépendamment du découpage formel qui vous est demandé dans la première question, vous motiverez explicitement les raisons de vos choix (ce qui justifie selon vous l'efficacité de votre découpage fonctionnel).

**3<sup>ème</sup> question (6 points)** : quels sont les 4 principales raisons pour lesquels vous souhaitez mettre en place un système de management intégré ?

### EXERCICE 2

L'entreprise LAVTOU qui est un « pure player » a mis sur le marché 4 machines à laver le linge et 4 machines à laver la vaisselle. Elle a ciblé à chaque fois les mêmes segments : a) le célibataire urbain, homme ou femme jusqu'à 30 ans, b) le jeune couple sans enfants, c) le couple avec un enfant, d) la famille nombreuse, c'est-à-dire ayant au moins 3 enfants.

Vous réalisez deux analyses de la valeur sur les machines à laver le linge, d'une part pour combler l'absence dans la gamme pour les familles à 2 enfants, d'autre part pour attaquer le segment des seniors vivant seuls après 60 ans.

**4<sup>ième</sup> question (8 points)** : quelle est votre stratégie ? Pour vous aider à répondre à cette question, vous répondrez aux questions suivantes :

1) Souhaitez vous fidéliser ou conquérir ?

2) Souhaitez vous avoir une politique d'innovation (R&D) ou une politique de suiveur (sachant que vous êtes un pure player) ?

3) Vous souhaitez diversifier votre activité :

a) vous ajoutez des produits proches de votre gamme : congélateurs, réfrigérateurs (mais dont la technologie vous échappe)

**ou**

b) vous préférez acquérir des start up dans un secteur prometteur (mais dont vous ne connaissez pas le métier) ?

Quel que soient vos choix, motivez vos décisions et expliquez en quoi elles sont cohérentes.

Faites une conclusion en 2 ou 3 phrases.

**Masters ICMS-QCM  
EXAMEN 2007 – 2008  
Référence : SCM3EG91**

**Intitulé : Management et Gestion en entreprise I  
Aucun document autorisé**

**Aucun matériel – calculatrices et autres - pouvant servir de support numérique autorisé**

**Les situations et les données de l'énoncé sont totalement imaginaires et ne correspondent pas à une situation réelle de marché. Elles ne servent qu'aux besoins de l'examen.**

La société AUTO (Automobiles Universelles & Totomatiques d'Orléans) est un constructeur automobile à dimension internationale créé en 1974. Les dirigeants fondateurs, chimistes et physiciens issus de l'université d'Orléans, ont débuté leur histoire industrielle en proposant un véhicule destiné aux jeunes de 18 à 27 ans, spécialement conçu pour les étudiants.

Le comité de direction est composé de 6 personnes. L'entreprise s'est développée progressivement à partir d'Orléans. En 2000, elle s'est développée en Chine à partir de Shanghai, et d'années en années s'est développée au Brésil à Sao Paulo, en Inde à Bombay, aux Etats Unis à Chicago et envisage finalement en 2008 de s'installer en Russie à Moscou. Chacun des 6 dirigeants est directeur général dans chacun des 6 pays.

Il est grand temps de faire évoluer la structure organisationnelle et nos dirigeants saisissent l'opportunité de leur nouvelle implantation en Russie pour découper en 6 les différentes fonctions de l'entreprise. Deux choses sont connues : 1) vous serez nommé à la tête du nouvel ensemble et 2) la présidence et la direction générale du groupe restera à Orléans.

**1ère question (1 point) :** regroupez les fonctions suivantes en 6 pôles de management dont chacun des 6 dirigeants deviendra le directeur : direction générale, qualité, sécurité, environnement, marketing, finances, ressources humaines, informatique, commerce, production, recherche et développement, communication externe, communication interne, contrôle de gestion, développement international, juridique.

**2ème question (4 points) :** indépendamment du découpage formel qui vous est demandé dans la première question, vous motiverez explicitement les raisons de vos choix (ce qui justifie selon vous l'efficacité de votre découpage fonctionnel, le regroupement de certaines fonctions, l'éloignement de certaines autres).

Comme il est d'usage dans l'automobile les systèmes de management de la qualité, de l'environnement, de la sécurité ont tous été développés au fur et à mesure des implantations dans chacun des pays, mais à des moments différents de leur histoire suivant en cela la demande de la clientèle, la pression concurrentielle et les évolutions sociétales. Tous les sites sont certifiés sur les trois systèmes de management.

**3ème question (4 points) :** quelles sont vos 4 principales motivations pour mettre en place un système de management intégré ? Justifiez.

**4ème question (4 points) :** quelles sont les 4 premières actions que vous planifierez afin de favoriser l'intégration de vos systèmes de management ? Justifiez.

**5ème question (2 points) :** la Société AUTO commercialise son modèle phare appelé « la Djeuns' » sur son fameux segment des étudiants de 18 à 27 ans. Indiquez quelles sont les 10 caractéristiques principales de ce véhicule.

**6ème question (5 points) :** vous souhaitez sur ce modèle améliorer la satisfaction de vos clients en optimisant le rapport qualité/prix, c'est-à-dire en optimisant les fonctions ou caractéristiques principales tout en réduisant leurs coûts. Quelle méthode pluridisciplinaire allez-vous utiliser ? Indiquez clairement les étapes de cette méthode.

## EXAMEN DE RATRAPAGE 2007 – 2008

Sans doc

Aucun matériel, calculatrices et autres, pouvant servir de support numérique autorisé

L'entreprise LMSO (Les Mesures Scientifiques d'Orléans) vient d'être créée par 3 jeunes diplômés de l'université d'Orléans qui sont actionnaires à parts égales.

LMSO a trois activités principales :

- 1) conception d'appareils de mesure et de contrôle,
- 2) fabrication d'appareils de mesure et de contrôle,
- 3) installation d'appareils de mesure et de contrôle,

Cette entreprise, grâce aux fonds propres de nos trois actionnaires d'une part et soutenue par des investisseurs européens d'autre part procèdent dès sa création à l'acquisition de trois entreprises concurrentes en France (1250 personnes), en Allemagne (1450 personnes) et au Royaume Uni (2600 personnes). Le site français est en pointe en R&D ; le site allemand est bien organisé, il est certifié ISO9001 : 2000 ; le site anglais représente 50% du CA du groupe et possède 95% de part de marché au Royaume Uni.

---

Nos trois actionnaires décident de résider l'un à Orléans, l'autre à Berlin, le troisième à Londres et décident de se répartir les responsabilités.

**1<sup>ère</sup> question (5 points) :** vous êtes l'un de ces 3 actionnaires, répartissez les fonctions suivantes en trois groupes, attribuez leur leadership à l'un des trois pays et pour chaque fonction, justifiez vos choix : direction générale, qualité, sécurité, environnement, marketing, finances, ressources humaines, informatique, commerce, production, recherche et développement, communication externe, communication interne, contrôle de gestion, développement international, juridique.

---

L'Inde, très en pointe sur le secteur des hautes technologies est très présente sur la partie conception à des coûts très concurrentiels. La Chine qui souhaite aussi acquérir les savoirs faire de conception n'est positionnée pour l'instant que sur la fabrication avec des coûts défiant toute concurrence (10 fois moins coûteux).

**2<sup>ème</sup> question (15 points) :**

**2.1 (7/15 points)** Quelle sera votre stratégie en partant du principe que les informations qui vous sont données ci-dessus sont vraies ? Vous indiquerez notamment votre stratégie pour l'activité de conception, puis pour la fabrication, puis pour l'installation. Vous penserez à chaque fois à indiquer quelle est votre politique de prix en fonction de la situation concurrentielle.

**2.2 (2/15 points)** De plus, vous indiquerez notamment si selon vous il serait pertinent de faire de la croissance externe en achetant une entreprise indienne ou chinoise ou les deux.

**2.3 (2/15 points)** Vous indiquerez aussi les outils ou les méthodes de management que vous utiliseriez en interne pour réduire vos coûts tout en restant en tête dans l'innovation.

**2.4 (2/15 points)** Vous paraît-il pertinent de délocaliser votre activité de conception en Inde et votre activité de fabrication en Chine ?

**2.5 (2/15 points)** Reprenez vos réponses en 2.1, 2.2, 2.3, 2.4 et quels que soient vos choix, motivez vos décisions et expliquez en quoi elles sont cohérentes. Faites une conclusion en quelques phrases.

Masters ICMS – QCM  
Epreuve du 7 octobre 2008

Examen 2008-2009

Réf : SCM3EG91

Intitulé : Management et Gestion en entreprise 1

Aucun document autorisé

Aucun matériel, calculatrices et autres – pouvant servir de support numérique – autorisé

Les situations et les données de l'énoncé sont totalement imaginaires et ne correspondent pas à une situation réelle de marché. Elles ne servent qu'aux besoins de l'examen.

QCMS Plasturgie a été créée en 1984 par 7 copains d'Orléans, tous BAC+5.

QCMS Plasturgie va fêter ses 25 ans d'existence en 2009 et prépare pour l'occasion une réorganisation de l'entreprise.

L'entreprise est implantée en Europe, en Amérique du Nord, dans les BRIC (Brésil, Russie, Inde et Chine) et au Japon. Les 7 dirigeants historiques ont décidé de se répartir les sept régions ou pays cités ci-dessus. Ils préparent donc d'une part, un mouvement de décentralisation des fonctions et d'autre part, un mouvement d'intégration des systèmes de management qui se sont développés de façon spontanée au cours des 25 dernières années.

1ère question : regroupez les fonctions suivantes en 7 pôles et attribuez les à chacun des 7 régions ou pays dans lesquels l'entreprise est implantée. Motivez clairement vos choix. Indiquez en quoi vos décisions sont cohérentes (6 points) : direction générale, qualité, sécurité, environnement, marketing, finances, ressources humaines, informatique, commerce, production, recherche et développement, communication externe, communication interne, contrôle de gestion, développement international, juridique, développement durable, responsabilité sociale et sociétale.

2ème question : quelles sont vos 4 principales motivations pour intégrer vos principaux systèmes de management (qualité, sécurité, environnement) (6 points) ?

3ème question : quelles sont les 4 premières actions que vous allez planifier et mener dans le cadre de l'intégration des systèmes de management de l'entreprise (8 points) ?