

## GLOSSAIRE

Analyse de la valeur : méthode de compétitivité organisée et créative visant à la satisfaction complète du besoin de l'utilisateur d'un produit, procédé ou service, par une démarche spécifique de conception ou de re-conception à la fois fonctionnelle, économique et pluridisciplinaire.

Cahier des charges fonctionnel : document par lequel le demandeur exprime son besoin (ou celui qu'il est chargé de traduire) en terme de fonctions de services et de contraintes. Pour chacune d'elles sont définis des critères d'appréciation et leurs niveaux. Chacun de ces niveaux doit être assorti d'une flexibilité.

Cognition : connaissance

Conation : impulsion déterminant un acte, un effort quelconque

EMAS : éco-audit, une approche nouvelle pour l'environnement en Europe (1993) ; approche volontaire

Intégration : opération qui consiste à assembler les différentes parties d'un système et à assurer la compatibilité ainsi que le bon fonctionnement du système complet.

ISO9000 : normes internationales pour les systèmes de management de la qualité

ISO14000 : normes internationales pour les systèmes de management environnemental

Loi NRE (droit français 2001) : Nouvelles réglementations économiques (bilan environnemental dans la publication du bilan annuel)

Manager : l'art de manager n'est pas une science mais une pratique basée sur des principes d'exemplarité, de responsabilité et de réactivité. Diriger et gérer un organisme avec succès nécessite un management méthodique et transparent. Manager est un métier qui au-delà de ses techniques nécessite une volonté soutenue par une vision et un dessein.

Management : activités corrélées pour orienter et diriger un organisme.

Marché : ensemble des publics susceptibles d'exercer une influence sur les ventes d'un produit ; « petite définition » : ensemble des données chiffrées sur l'importance, la structure et l'évolution des ventes d'un produit.

Marketing : ensemble des méthodes et des moyens dont dispose une organisation pour promouvoir, dans les publics auxquels elle s'intéresse, des comportements favorables à la réalisation de ses propres objectifs.

Marketing d'étude : étude du marché (enquêtes), suivi de la position concurrentielle (panels), contrôle de l'efficacité des actions marketing.

Marketing mix : 4 P : product, price, place, promotion

Marketing stratégique : choix des marchés cibles, conception des produits ou des services. Sur ces marchés cibles, fixation des prix, choix des canaux de distribution, stratégie de marque et de communication.

Marketing opérationnel : mise en œuvre des campagnes de publicité, vente et marketing direct, distribution, SAV.

OHSAS 18001 : systèmes de management de la santé et de la sécurité au travail (référentiel privé)

Organisme : ensemble d'installations et de personnes avec des responsabilités, des pouvoirs et des relations.

Processus : ensemble d'activités corrélées ou interactives qui transforme des éléments d'entrée en éléments de sortie.

Qualité d'un produit : la qualité d'un produit dépend d'abord de la pertinence et de l'exhaustivité de l'expression de ses fonctions de service et ensuite de son aptitude à satisfaire ces fonctions (NFX 50-150).

Seveso II : directive européenne, exigence réglementaire pour la sécurité des populations, obligation.

Système : ensemble d'éléments corrélés ou interactifs

Système de management : système permettant d'établir une politique et des objectifs et d'atteindre ces objectifs. Un organisme peut inclure différents systèmes de management, tels qu'un système de management de la qualité, un système de management financier et un système de management environnemental.

Valeur d'utilité : se définit en comparant les « utilités » de chaque objet.

Valeur d'échange : valeur sociale se mesurant par la quantité d'argent à donner en contrepartie de l'acquisition de l'objet (marché de l'occasion)

Valeur d'estime : ensemble de propriétés, d'attraits qui font désirer un produit (bijou, luxe)

Valeur de rareté : la rareté nous fait privilégier certains objets et cette caractéristique a une influence certaine sur le prix

Valeur d'usage : somme des valeurs ci-dessus, utilité, échange, rareté, estime.

Valeur d'un produit : jugement porté sur le produit sur la base des attentes et des motivations de l'utilisateur exprimé par une grandeur qui croît lorsque, toutes causes égales par ailleurs, la satisfaction du besoin de l'utilisateur augmente et / ou que la dépense afférente au produit diminue (NFX 50-150).