

IH.1101 / IH.1201 – Environnement et organisation de l'entreprise

Informations générales

Titre du module : Environnement et organisation de l'entreprise
Identifiant du module : IH.1101 / IH.1102
Responsable du module : Emmanuelle DENIS
ECTS : 4
Quantité de travail moyenne par élève : 80 à 100h dont 45 encadrées
Travail en équipe : oui
Mots clés : management, économie, comptabilité, finance, responsabilité sociétale et environnementale marketing, développement durable

Présentation

L'exigence des entreprises vis-à-vis de leurs futurs collaborateurs ingénieurs se porte de plus en plus sur la capacité de ces derniers à maîtriser à la fois les outils et les processus technologiques, mais également sur leur compréhension et maîtrise des environnements et des organisations, de leurs stratégies, enjeux et challenges, et des interactions avec les différentes parties prenantes internes et externes qui en découlent.

Aussi il est fondamental que les élèves futurs ingénieurs développent leurs savoirs, savoir-faire et savoir-être managériaux tout au long de leur cursus. En 1ère année, l'objectif est d'appréhender l'entreprise dans sa globalité, de son environnement à son organisation. Ce module va donc permettre aux futurs ingénieurs de s'ouvrir :

- À la culture économique ;
- Au système financier et comptable de l'entreprise ;
- À son approche marketing produit
- À sa RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises) ;

Objectifs pédagogiques

Lien avec le référentiel de compétences Isep

Compétences spécialisées

- Agir en professionnel responsable soucieux des enjeux stratégiques
 - Se représenter la complexité de l'entreprise et de son environnement et agir en conséquence
 - Gérer les aspects sociétaux liés à la production et à la conception des objets technologiques
 - Faire preuve d'esprit critique
 - Être sensible au développement durable

Compétences transverses

- Agir en acteur dynamique et efficace dans un groupe
 - Travailler en équipe, en réseau, et dans un environnement culturellement diversifié
 - Être force de proposition
- Agir en bon communicant dans un environnement scientifique et technique ouvert à l'international
 - Écouter et se faire écouter
 - Mener un dialogue, argumenter et convaincre
 - Communiquer dans plusieurs langues

- Documenter de façon efficace et facilement exploitable, quel que soit le public visé, les activités accomplies ou les produits réalisés
- Avoir une approche communicative adaptée aux situations envisagées, transparente et efficace pour ses collaborateurs.

Prérequis

- Aucun

Contenu/programme

Concepts

- Économie générale et de l'entreprise (12h) : comprendre la société occidentale et son mode d'organisation actuel à dominante capitalistique et explorer l'émergence de nouveaux paradigmes à travers les mutations économiques vers l'économie de demain, tenant compte des enjeux de développement durable ;
- Gestion budgétaire, comptabilité et bases financières (12h) : appréhender les grands principes budgétaires, les bases de la comptabilité et des finances de l'entreprise autour du bilan et compte de résultats, les indicateurs clés du suivi budgétaire des projets avec une ouverture sur la comptabilité "verte" et la finance durable ;
- Marketing produit (12h) : connaître les bases du marketing autour des notions des besoins client, marché, produits, marques, positionnement, prix ; approche projet structurée d'exemples concrets de stratégie marketing et de déclinaison en marketing opérationnel ; ouverture sur l'impact des enjeux de développement durable sur le marketing ;
- RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises) (3h) : être sensibilisé à la politique RSE des entreprises, aux enjeux de développement durable.

Outils utilisés

- Doctrine libérale
- Théorie de l'offre et de la demande
- Modèles économiques alternatifs (fonctionnalité, collaboration, ESS, circularité, communs, contributivité)
- Rôle de la monnaie
- Rôle des entreprises
- Cycle d'investissement / d'exploitation / financier
- Bilan
- Compte de résultats
- Contrôle de Gestion / Comptabilité analytique
- Etude de marché
- Mix Marketing
- Segmentation
- Positionnement
- Matrice SWOT
- Test de personnalité de type MBTI

Mobilisations ultérieures à l'Isep

- Les cours suivis dans ce module constituent la base des modules de management qui sont suivis en 2^e et 3^e année de cycle Ingénieur du numérique Isep.
- L'obtention de bons résultats dans ce module est fortement souhaitée pour des parcours de type « ingénieur-manager » (double diplôme AUDENCIA), ou entrepreneur

Modalités pédagogiques

Méthodes d'apprentissage

- Cours magistraux / présentations « powerpoint »
- Mise en pratique par des travaux dirigés / exercices et des travaux en groupes projets / suivi de projets

Modalités d'évaluation

- Évaluation intermédiaire via QCM sur les différentes disciplines du module (en fonction des interventions réalisées en amont) - 25%
- Étude / analyse d'une entreprise du SBF 120 en équipe de 4/5 du point de vue économique, financier, marketing & RSE - 75%

Langue de travail

- Français (certaines ressources et terminologies sont en anglais).

Bibliographie, Webographie, Autres sources

- Principes d'économie moderne / Joseph E. Stiglitz (De Boeck 2014)
- La loi de l'offre et de la demande / Fabrice Tricou
- Traité d'économie politique / Jean-Baptiste Say (1803)
- Des principes de l'économie politique et de l'impôt / David Ricardo (1817)
- Gestion Financière / Bruno Solnik (Dunod)
- Gestion Financière de l'entreprise / Pierre Conso, Farouk Hemeci (Dunod)
- Finance d'entreprise / Pierre Vernimmen (Daloz)
- L'essentiel du contrôle de gestion / Jean-Louis Malo, Jean-Charles Mathé (Ed° d'organisation 1998)
- Contrôle de Gestion et stratégie d'entreprise (T1) / Michel Gervais (Eyrolle 1997)
- Comptabilité Analytique / Gilbert Cha, Patrick Piget (Economica 1994)
- Le contrôle de gestion / Alain Burlaud, Claude J. Simon (La Découverte 1997)
- Management Accounting / Anthony Atkinson, Rajiv D. Banker, Robert S. Kaplan, S. Mark Young (International Edition)
- L'essentiel de la comptabilité analytique / Didier Declère (Ed° Organisation 1997)
- Manager avec les ERP / Jean-Louis Lequeux (Ed° Organisation 2001)
- Le Mercator / Jacques Lendrevie (2009)
- Le Marketing et son histoire / Thierry Maillet (Agora 2010)
- Competitive Advantage / Michael E. Porter (1985)
- Les Types De Personnalité - Les Comprendre Et Les Utiliser Avec Le Mbt Et Le Ccti / Pierre Cauvin (ESF)
- Coupures presses : Les Échos, Le Figaro, Sciences et Avenir
- Internet : Yahoo Finances
- Etudes d'entreprises : Club Med, Arcelor Mittal, Infogrames...