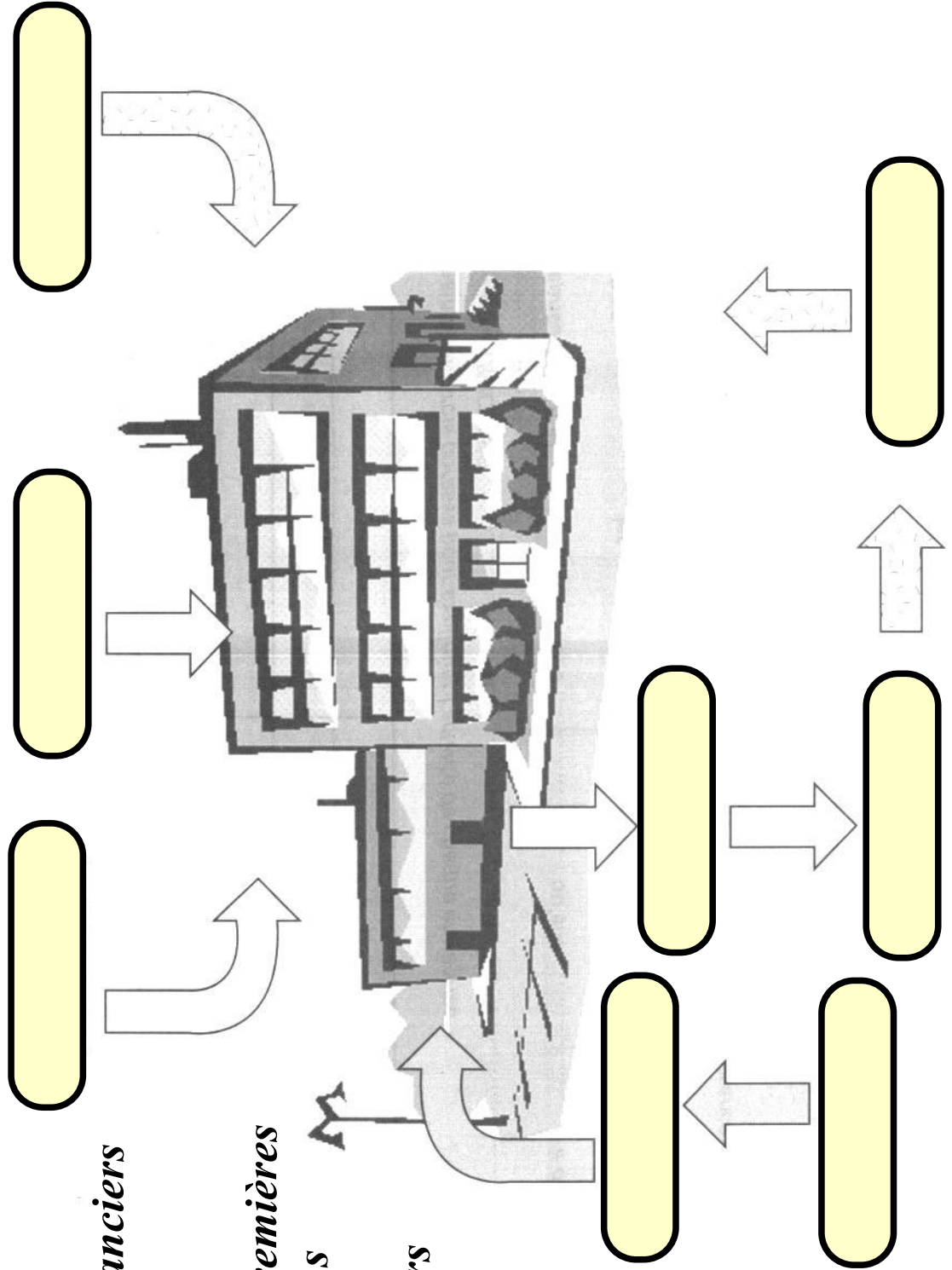


1 Fonctionnement d'une entreprise.

1.1 Replacer dans les cases les mots suivants :

- *moyens financiers*
- *personnel*
- *profit*
- *matières premières*
- *installations*
- *produit*
- *fournisseurs*
- *clients*





1.2 D'après vos réponses données dans l'exercice précédent, compléter les phrases ci-dessous.

Pour exister une entreprise réunit :

- _____
- _____
- _____

Elle achète ses matières premières à des **FOURNISSEURS** et elle vend sa production à des **CLIENTS** afin d'en tirer des **PROFITS**.

2 Gamme de produits

Pour se développer, une entreprise de production propose sur le marché un ou plusieurs produits, une ou plusieurs familles de produits correspondant à la demande.

Une gamme de produits est l'ensemble des produits fabriqués par une entreprise résonant à une m[^]me fonction globale.

On distingue des produits de bas de gamme (prix moins élevés, produits moins performants) et des produits haut de gamme (chers et plus perfectionnés).

Une gamme de produits possède **2 dimensions** :

- **la largeur** : c'est le nombre de produits différents que comprend la gamme. Chaque produit définit alors ce qu'on appelle *une ligne* et chaque ligne regroupe des produits ayant la même fonction, mais offrant des options ou services différents.

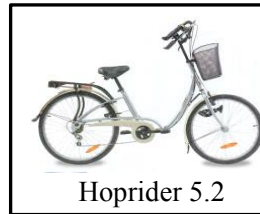
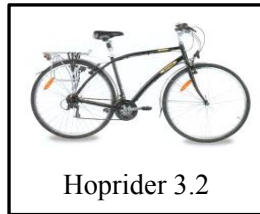
- **la profondeur** : c'est le nombre de modèles distincts que comprend la ligne d'un produit.



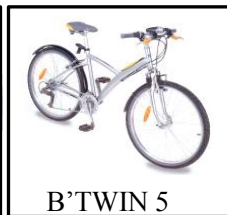
2.1 Pour imaginer le diagramme précédant voici un exemple avec quelques modèles de cycles décathlon.

Lignes

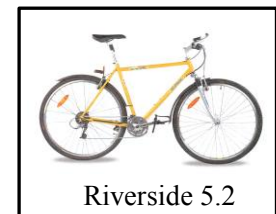
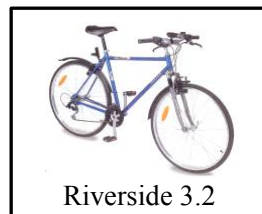
Vélo de Ville :



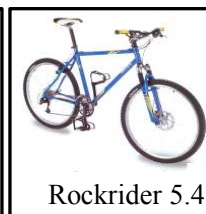
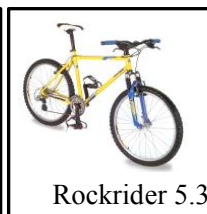
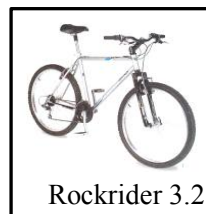
B'twin :



VTC :



VTT :



Vélo de Route :



Largeur de la gamme

Profondeur

2.2 Répondre aux question suivantes à l'aide du document ci dessus.

Dans quelle ligne se trouve le HopRider ? _____

En combien de modèles est il décliné? _____

Quelle est la profondeur de la gamme dans la ligne de VTT ? _____

Quelle est la largeur de la gamme des cycles de Decathlon? _____

Combien de produits compte t'ont dans la largeur de gamme ? _____



Évaluation extension de gamme

1 Donnez la définition de :

Une gamme de produits :

Une gamme de produits est l'ensemble des produits fabriqués par une entreprise répondant à une même fonction globale.

La largeur de gamme :

C'est le nombre de produits différents que comprend la gamme. Chaque produit définit alors ce qu'on appelle *une ligne* et chaque ligne regroupe des produits ayant la même fonction, mais offrant des options ou services différents

La profondeur de gamme :









C'est le nombre de modèles distincts que comprend la ligne d'un produit.

2 Etude de la gamme Apple:

Montrer par des couleurs ou se trouvent la largeur et la profondeur de la gamme des imprimantes Apple:

- Largeur ↗

- Profondeur ↘

LA GAMME DES IMPRIMANTES D'APPLE			
<p>■ Les caractéristiques de la gamme Apple, constructeur informatique, réalise plusieurs gammes de produits. Ainsi, il existe une gamme d'ordinateurs, d'ordinateurs portables, de moniteurs, d'imprimantes et de périphériques annexes. Voici un exemple de la gamme d'imprimantes Apple.</p>			
<p>Imprimantes à jet d'encre</p>			
	<p>StyleWriter 1200</p>	<p>StyleWriter Couleur 2200</p>	<p>StyleWriter Couleur 2400</p>
	<p>Impression laser en niveaux de gris à un prix abordable ; répond à la norme d'économie d'énergie Energy Star</p>	<p>Toutes les caractéristiques d'une imprimante couleur de bureau à jet d'encre dans une conception portable ; idéale pour les Powerbook ; deux cartouches d'encre individuelles ; encre résistant à l'eau et à la lumière</p>	<p>Impression couleur exceptionnelle à un prix abordable ; deux cartouches d'encre individuelles ; encre résistant à l'eau et à la lumière ; répond à la norme d'économie d'énergie Energy Star</p>
<p>Imprimantes Personal LaserWriter</p>			
	<p>Personal LaserWriter 300</p>	<p>LaserWriter 4/600 PS</p>	
	<p>Imprimante laser d'Apple la plus abordable ; répond à la norme d'économie d'énergie Energy Star</p>	<p>Imprimante laser PostScript la plus abordable d'Apple ; répond à la norme d'économie d'énergie Energy Star</p>	
<p>Imprimantes de réseau LaserWriter</p>			
	<p>LaserWriter Select 360</p>	<p>LaserWriter 18/600 PS</p>	<p>LaserWriter Couleur 12/600</p>
	<p>Imprimante primée de haute performance à un prix abordable et au design compact ; répond à la norme d'économie d'énergie Energy Star</p>	<p>Imprimante laser réseau haute performance dotée des options suivantes : ports SCSI pour stockage de polices ; fonction télécopie avec carte fax agréé (en option) ; répond à la norme d'économie d'énergie Energy Star</p>	<p>Impression professionnelle en couleurs et en niveaux de gris de qualité supérieure à un prix abordable ; ports SCSI pour stockage de polices ; répond à la norme d'économie d'énergie Energy Star</p>

Quelle est la largeur de gamme des imprimantes d'Apple ? **3.**

Quelle sont les lignes de cette gamme?

- Impr Jet d'encre
- Impr Personal LaserWriter
- Impr réseau LaserWriter.

Quelle est la profondeur de la gamme des imprimantes de réseau Laser Writer ? **3.**



2.3 A votre avis quel est l'avantage d'avoir une large gamme de produit ?

3 Les Segments du Marché

3.1 La clientèle cible.

Les consommateurs ont des BESOINS différent suivant leur : AGES,SEXES etc...,
Ils peuvent être classés, suivant ces critères, en différentes catégorie. **On appelle CLIENTELE CIBLE une catégorie de consommateur à laquelle un type de produit est destiné.**

Pour un fabricant, l'objectif est donc d'élargir au maximum sa gamme de produits afin de correspondre et de satisfaire à un maximum de **clients potentiels**

3.2 Replacer les mots suivants dans le texte ci-dessous:

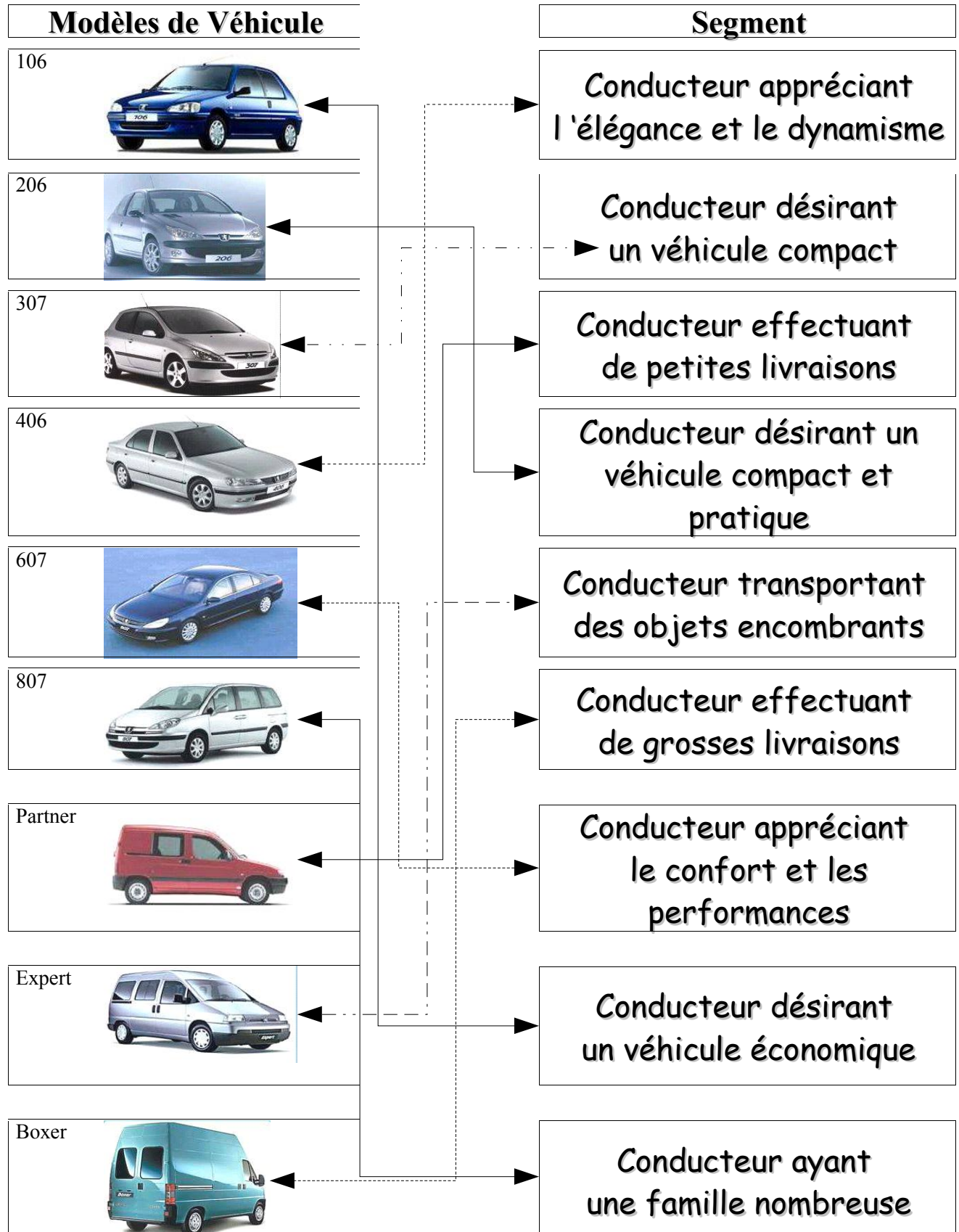
- *gamme de produit -profondeur de gamme – ligne*
- *marché – largeur de gamme – segment*

- Une **gamme de produit** répond à la demande de plusieurs clientèles cibles.
- Pour un même **marché**, les fabricants proposent plusieurs produits dans la **Largeur de gamme**, et pour la plupart des produits des caractéristiques différentes dans la **Profondeur de gamme**.
- On notera également que dans la gamme de produit, la **Ligne** de chaque produit vise un **Segment** particulier de clients potentiels.



3.2 Associer un Besoins à un produit

Relier proprement à l'aide d'une flèche le véhicule et son segment.
Utiliser éventuellement des couleurs





4 Les Types de production d'entreprise.

On distingue deux categories de production d'entreprise repondant aux besoins des consommateurs, les bien et les services.

-Un bien est un produit materiel, un objet technique qui repond à un besoin et dont l'acheteur devient propriétaire lors de l'achat

Production de Stylos



Fabricant de perceuse

-Un Service est un produit immateriel, un travail réalisé par une entreprise, appelé prestataire de service au profit du destinataire qui peut être une personne ou une entreprise



Repar'Cyclo

BANQUE

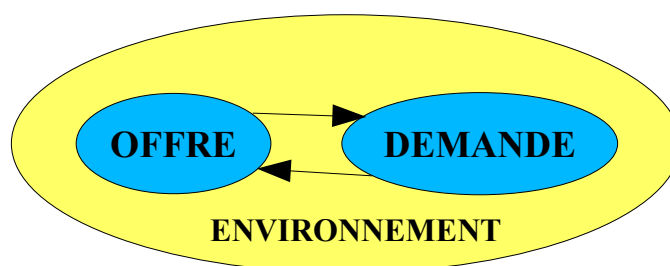


5 Étude de marché

Définition Le marché est l'endroit, le lieu, où se rencontrent l'offre et la demande.

Mener une étude de marché consiste à collecter et à analyser des informations relatives à l'environnement commercial qui comprend **l'offre et la demande** dont dépend l'entreprise, avec pour objectif de proposer une offre commerciale pertinente.

Elle doit permettre de détecter **les besoins**, étudier la **concurrence** et d'évaluer **la vie du produit**.



De quelle moyen dispose un entreprise pour réaliser une étude de marché?



6 Le Cahier des Charges

6.1 Définition :

Le cahier des charges fonctionnel (CDCF) est un document sur lequel le demandeur exprime au concepteur, le besoin à satisfaire avec précision.

Le CDCF contribue à la qualité finale du produit. Il contiendra tous les renseignements sur ce que notre produit doit faire ou doit être avec les conditions qui permettent de juger si ces fonctions sont réalisées.

6.2 Les fonctions de service :

Une fonction est le rôle que l'on attend d'un produit ou de l'un de ses constituants. Elle est formulée par un verbe à l'infinitif, suivi d'un ou plusieurs compléments.

La fonction principale est la réponse au besoin, au désir fondamental ou à l'exigence principale exprimée par l'utilisateur.

Les fonctions Principale secondaires ne sont pas directement liées au désir fondamental, elles apportent "un plus" lié à l'esthétique, à l'ergonomie, à la sécurité ou à la facilité d'utilisation.

Exemple :

Pour une tondeuse à gazon, la fonction principale est de couper l'herbe, une des fonctions secondaires étant de la ramasser.

Les fonctions contraintes correspondent à la réaction d'un produit aux éléments extérieurs, à la réglementation, aux impositions liées à l'environnement du produit.

Pour distinguer les fonctions secondaires des fonctions de contraintes, on considérera que :

Une fonction de contrainte résulte d'une imposition

Une fonction secondaire apporte un "plus"



5.3 Quel outils utiliser? La Bête à Cornes (Méthode APTE)

A qui (à quoi) rend-t-il service ?

.....
.....
.....

Sur quoi agit-t-il ?

.....
.....
.....

.....
.....



▼ **Dans quel but ?**

.....
.....
.....

La Fonction principale met en relation 2 éléments extérieurs, ici la **Fp** du stylo s'écrit comme suit : un _____ permet à un _____ de laisser _____

Exercices:

1 Réaliser les graphiques selon la méthode APTE pour les fonctions suivantes

- FP : un cartable permet aux livres d'être protégés des intempéries
- FP : un lecteur de CD permet aux utilisateur d'écouter des Disques Compacts

2 Compléter le graphique.

Parfois un produit peut avoir plusieurs fonctions, reprenons l'exemple du cartable

FP1 un cartable permet aux livres d'être protégés des intempéries

FP2 un cartable permet à l'utilisateur de transporter des livres

Les Fonctions Contraintes (FC) complète la fonction principale par un ou des éléments extérieur, Ajouter au graphique du lecteur de CD les deux fonctions suivantes

FC1: le lecteur doit plaire à l'utilisateur et FC2 : le lecteur doit être stable sur son support



I / Introduction:

La présentation orale peut viser divers objectifs

Étudier : établir pour une tierce personne un cahier des charges pour la réalisation d'un projet (exemple la construction d'une usine)

Informé: présenter une nouvelle gamme de produits.

Convaincre : présenter un prototype à un banquier pour vous financer.

Négocier: obtenir de meilleurs prix avec un acheteur.

Une présentation orale ne doit pas être improvisée, elle doit être pensée, réfléchie et nécessite un minimum de préparation.

Il faut d'abord dresser une liste, sans se limiter, d'informations à communiquer.

Après, il faut trier ces informations : supprimer toutes celles qui vous paraissent superflus.

Les informations restantes doivent être ordonnées de manière à avoir un plan à suivre.

Lire un texte est à proscrire (à ne pas faire), il s'agit de parler le plus naturellement possible. Et pour ne rien oublier, noter en gros sur une feuille les idées à développer (mots clés, chiffres...)

Utiliser les supports qui sont à votre disposition, tels que la maquette, le prototype, les diagrammes, les histogrammes... voir un vidéo projecteur

II/ Votre démarche:

Votre temps est très limité : 8 minutes de présentation au maximum. Les dépassements de temps seront sanctionnés. Pour respecter au mieux les règles de la communication, il faut

se présenter

présenter votre objet (si vous désirez lui donner un nom, faites-le)

expliquer brièvement votre démarche (quel est votre point de départ et votre point d'arrivé)

expliquer votre solution

Il est évident que pour ne pas redire les mêmes choses au sein d'un même groupe, chaque élève exposera une partie du projet.

III/ Evaluation:

Vous devez être en mesure de justifier tous vos choix.

L'évaluation portera sur :

le respect du plan

le respect du temps

la clarté

la pertinence

la qualité

Optionnelle