

RSHA

Revue Sociale de l'Homme d'Affaires et des organisations

**PRISE DE
DECISION EN
ENTREPRISE**

**COMMENT COMPRENDRE
L'UTILITE DU DESIGN ?**

**FAUTE LOURDE :
SOMMEIL SUR LES
LIEUX DU
TRAVAIL**

**EXEMPLE DE CERTIFICAT
DE TRAVAIL**



GRowing Consulting

SOMMAIRE

- + LA PRISE DE DECISION EN ENTREPRISE Page 2 - Page 3

- + FAUTE LOURDE : SOMMEIL AUX LIEUX DE TRAVAIL Page 4

- + EXEMPLE DE CERTIFICAT DE TRAVAIL Page 5

- + COMMENT COMPRENDRE L'UTILITE DU DESIGN ? Page 6 – Page 7

LA PRISE DE DECISION EN ENTREPRISE

- *Qu'est-ce qu'une décision ?*

Décider consiste à choisir une solution en analysant plusieurs possibilités. Dans la gestion d'une entreprise, les managers sont en permanence dans des situations qui exigent un choix. Sans prise de décision, aucun fonctionnement pour l'entreprise.

- *Quels sont les différents types de décision ?*

Selon le modèle d'Igor Ansoff, les décisions se déclinent en trois catégories : stratégiques, tactiques et opérationnelles.

- **Les décisions stratégiques** sont prises par la direction générale de l'entreprise. Elles concernent les orientations générales de l'entreprise. Elles ont une implication sur le long terme et engagent l'avenir de l'entreprise. Elles comportent un risque important. *Exemples : lancement d'un nouveau produit, abandon d'une activité, création d'une filiale.*
- **Les décisions tactiques** sont prises par le personnel d'encadrement de l'entreprise. Elles ont une implication sur le moyen terme et des conséquences importantes pour l'entreprise. Elles comportent un risque moyen. *Exemples : acquisition de matériel, recrutement d'un responsable.*
- **Les décisions opérationnelles** ont une portée limitée et comportent un risque mineur. Elles sont prises par le personnel d'encadrement ou les employés. *Exemples : achat de fournitures de bureau, organisation des horaires de travail.*

- *Qu'est-ce que le processus de décision ?*

Le processus de décision est un processus cognitif complexe dont l'étude peut être facilitée par la référence à des modèles d'étude. Le **modèle de la rationalité limitée** ou **IMCC**, proposé par **Herbert Simon**, comporte quatre phases : intelligence, modélisation, choix et contrôle.

- **L'intelligence** : le décideur identifie dans son environnement des situations pour lesquelles il va devoir prendre des décisions.
- **La modélisation** : le décideur recense les informations, les structures de façon à disposer de solutions envisageables.
- **Le choix** : à partir de l'évaluation de chaque solution, le décideur choisit la meilleure d'entre elles.
- **Le contrôle** : vient confirmer le choix effectué ou le remettre en question.

NB : de nombreux obstacles peuvent survenir lors d'une prise de décision. Ils viennent « limiter » la rationalité de la décision.

- *Quelques facteurs influençant la prise de décision ?*

Plusieurs éléments influencent, dans un contexte donné, la prise de décision :

- . Les caractéristiques de l'entreprise (taille, propriété, localisation, climat social, culture, histoire...).
- . L'évolution du marché (croissance, déclin).
- . Le contexte géopolitique...

N.B : la personnalité et le style de direction du dirigeant sont des facteurs explicatifs et déterminants du processus de décision dans les entreprises.

Dans une situation donnée, il importe de retenir que les managers ne doivent pas se cantonner à rechercher "la meilleure solution" mais la solution la plus satisfaisante compte tenu de leur degré d'information, de leur motivation et de leur capacité réelle d'action.

FAUTE LOURDE : SOMMEIL SUR LES LIEUX DU TRAVAIL

Commet une faute lourde qui légitime son licenciement, le travailleur qui dort pendant son travail, lorsqu'un avis a été diffusé parmi le personnel une semaine plus tôt pour prévenir qu'une telle faute serait sanctionnée par le licenciement immédiat (Tribunal du Travail d'Abidjan, 13 mars 1961, TPOM n° 78 du 2 août 1961, p. 1715).

EXEMPLE DE CERTIFICAT DE TRAVAIL

Nous soussignés **SUCCES.SA¹**, représentée par **Monsieur KONAN Yves, Directeur des Ressources Humaines**, certifie que **Monsieur BILE Mathieu** a travaillé au sein de l'entreprise du **1^{er} Janvier 2010 au 31 décembre 2020** en qualité de **Caissier²**.

En foi de quoi, le présent Certificat lui est délivré pour servir et valoir ce que de droit.

Fait à Abidjan, le 08 février 2021.

Le Directeur des Ressources Humaines

Nom du DRH

¹ *La formulation pourrait être faite comme suit : « Je soussigné Monsieur (Nom du DRH), Directeur des Ressources Humaines de SUCCES.SA, certifie que Monsieur BILE Mathieu, a travaillé au sein de notre entreprise du 1^{er} Janvier 2010 au 31 décembre 2020 en qualité Comptable.*

En foi de quoi, le présent Certificat lui est délivré pour servir et valoir ce que de droit..... ».

² *Si l'employé a occupé plusieurs postes au sein de l'entreprise, prière d'énumérer les différents postes avec les périodes d'occupation*

COMMENT COMPRENDRE L'UTILITE DU DESIGN ?

DEFINITION

Le Design est le mode de création des produits permettant au consommateur d'identifier la personnalité esthétique et fonctionnelle d'un produit et de différencier ainsi sa marque d'une autre. Il existe une différence entre design et marketing qui se situe dans la manière de penser.

- ❖ **Le design est porté sur l'identification et la différenciation du produit**
- ❖ **Le marketing, est plutôt porte sur la différenciation concurrentielle.**

LES COMPOSANTES DU DESIGN

Le design doit jouer avec plusieurs « ingrédients » pour être efficace :

- La forme (nouvelles pâtes de Lustucru).
- La couleur (flacon de parfum entièrement noir).
- L'ergonomie (forme d'un savon adaptée à la main).
- La culture (de l'entreprise, de l'utilisateur...).
- L'environnement (il faut tenir compte de l'environnement du produit pour déterminer une forme, des couleurs...).

LES ROLES DU DESIGN

- Outil de mise en forme d'un produit, de son emballage.
- Outil de positionnement du produit.
- Outil de communication visuelle.
- Outil de lutte contre la concurrence
- Outil de vente
- Outil d'amélioration de la cohérence du mix et de la reconnaissance de l'entreprise

LES CARACTERISTIQUES D'UN BON LOGO

- . Un bon logo est mémorable. ...
- . Un bon logo est simple et compréhensible. ...
- . Les meilleurs logos sont flexibles et versatiles. ...
- . Un bon logo est intemporel. ...
- . Ton logo doit être unique. ...
- . Ton logo doit être pertinent.

Contacts : (+225) 2521002282 / 0779562809

Adresse mail : info@growingconsulting-africa.com

Site internet : growingconsulting-africa.com

