

Министерство образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Томский государственный университет систем управления  
и радиоэлектроники»

**О.В. Соболевская**

**ФРАНЦУЗСКИЙ ЯЗЫК ДЛЯ СТУДЕНТОВ ЭКОНОМИЧЕСКИХ  
СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ:**

**тексты для чтения и перевода**

**Учебно-методическое пособие  
для практической работы**

Томск  
ТУСУР  
2018

**Французский язык для студентов экономических специальностей: тексты для чтения и перевода:** Учебно-методическое пособие для практической работы / Соболевская О. В. - 2018. 38 с.

Настоящее учебно-методическое пособие рекомендовано для студентов бакалавриата и специалитета всех направлений подготовки экономического профиля, изучающих иностранный язык в рамках дисциплины «Иностранный язык (французский)». Пособие содержит профессионально-ориентированные тексты для чтения и перевода. В приложении даны практические рекомендации по работе с текстами. Цель пособия – совершенствование навыков и умений чтения литературы по специальности, расширение словарного запаса по соответствующим тематикам.

## Содержание

Unité 1. QU'EST-CE QUE L'ÉCONOMIE ?.....	4
Texte A. L'économie.....	4
Texte B. Les courants de la pensée économique .....	5
Unité 2. L'ÉCONOMIE D'UN PAYS .....	7
Texte A. Les types du marché .....	7
Texte B. Le système des impôts .....	9
Unité 3. LE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE .....	11
Texte A. Les indicateurs économiques.....	11
Texte B. Les cycles économiques .....	13
Unité 4. L'ENTREPRISE .....	15
Texte A. Les types des entreprises .....	15
Texte B. Un business plan .....	18
Unité 5. LA FINANCE ET LE CRÉDIT .....	20
Texte A. Qu'est-ce que la finance ?.....	20
Texte B. Le crédit et le microcrédit .....	23
Unité 6. LA COMPTABILITÉ ET L'AUDIT .....	25
Texte A. La comptabilité .....	25
Texte B. L'audit interne .....	26
Unité 7. LA GESTION .....	28
Texte A. La gestion du personnel .....	28
Texte B. La gestion de projet .....	30
Unité 8. LE MARKETING.....	33
Texte A. Le marketing .....	33
Texte B. E-commerce .....	35
ПРИЛОЖЕНИЕ .....	37
Методические рекомендации по работе с текстом.....	37
Список использованных источников.....	38

# Unité 1. QU'EST-CE QUE L'ÉCONOMIE ?

## Texte A. L'économie

Étymologiquement, **l'économie** (du grec ancien *oikonomia*, gestion de la maison, constitué de *oikos*, maison, et *nomos*, gérer, administrer) est l'art de bien administrer une maison, de gérer les biens d'une personne, puis par extension d'un pays. Plus généralement, l'économie est une science sociale qui étudie la production, la répartition, la distribution et la consommation des richesses d'une société. Le principe général qui sous-tend l'économie, en particulier pour les ressources limitées ou rares, est celui de la rentabilité. Elle consiste à consommer un minimum de moyens en vue de réaliser un maximum de profits.

La définition de l'économie n'est pas consensuelle. Ses contours et son contenu varient en fonction des auteurs et des courants de pensée.

### Champs d'investigation de l'économie :

- la production, la distribution, et la consommation des biens et des services ;
- les moyens matériels d'existence de l'homme ;
- les systèmes d'échange quelle que soit leurs structures ;
- l'allocation des moyens rares.

La **macroéconomie** est la partie de l'économie qui se charge d'étudier le fonctionnement économique en général, ainsi que les politiques économiques qui sont mises en œuvre à grande échelle, par exemple dans un pays. En d'autres termes, elle englobe la société dans son ensemble fonctionnant comme un tout, pas de manière indépendante.

Certaines des **variables (indicateurs macroéconomiques)** les plus utilisées sont le Produit Intérieur Brut, le taux de chômage, les niveaux d'imposition, les taux d'intérêt, l'inflation (ou déflation en cas de crise économique), le Revenu national brut, la balance des paiements, la croissance, l'investissement, la consommation, etc.

La macroéconomie s'est d'abord développée à partir des concepts élaborés par John Maynard Keynes (1883-1946) dans la "Théorie générale de l'emploi, de l'intérêt et de la monnaie". S'appuyant sur une modélisation complexe et très élaborée, la macroéconomie est, de nos jours, très utilisée par les États, les institutions internationales et des organismes privés, pour tenter de prédire les évolutions des différentes variables en fonction des transformations de l'environnement économique-politique.

Elle s'oppose à la **microéconomie** qui se concentre sur des facteurs qui influencent les décisions des agents économiques au niveau individuel (ménages, entreprises, travailleurs, consommateurs, propriétaires de ressources).

La microéconomie étudie plus particulièrement comment ces agents économiques déterminent leurs choix en fonction de leurs revenus et des informations transmises par l'environnement pour constituer un marché donné. Elle est fondée sur le principe de **rationalité des agents**, ce qui suppose l'existence d'**objectifs déterminés**. Elle s'intéresse alors aux moyens choisis par les agents pour atteindre ces objectifs.

La microéconomie permet d'analyser de manière exhaustive des lois, telles que l'offre et la demande, entre les consommateurs et les offrants, le niveau des prix, ou l'élasticité des prix de chaque produit. En d'autres termes, comment parvenir à un accord entre les besoins des consommateurs et les entreprises qui offrent les biens et les services, ainsi que toutes les variables « psychologiques » qui peuvent affecter, telles que la qualité du produit ou les divers besoins de chaque personne. Les consommateurs sont considérés comme des offreurs sur le marché du travail et des demandeurs de produits et services, et inversement pour les entreprises.

**Sources :** <http://www.toupie.org/Dictionnaire/Economie.htm>

<https://business.toutcomment.com/article/differences-entre-macroeconomie-et-microeconomie-269.html>

<http://www.toupie.org/Dictionnaire/Macroeconomie.htm>

<http://www.toupie.org/Dictionnaire/Microeconomie.htm>

## **Texte B. Les courants de la pensée économique**

La **science économique** est traversée par plusieurs courants de pensées. Il y a eu d'abord l'**école classique**, puis la **pensée marxiste**. Ces 2 courants représentent la pensée fondatrice. Quant à l'époque contemporaine, elle est dominée par la **pensée keynésienne** et le **courant néo-classique**.

L'**école classique** marque vraiment l'avènement de l'économie moderne. C'est Karl Marx qui invente le terme **classique** en opposant les économistes classiques aux économistes vulgaires. En économie, on appelle l'**Ecole classique**, l'ensemble des principaux économistes anglais et français de la seconde moitié du XVIIIe siècle et de la première moitié du XIXe siècle.

La période classique commence avec le traité **d'Adam Smith** *sur la Richesse des Nations* en 1776 et se termine avec la publication en 1848 des *Principes* de John

Stuart Mill. Les classiques étant ceux qui ont cherché à déterminer l'origine de la valeur.

Pour Adam Smith, la richesse découle du travail de l'homme. En cela, il s'oppose aux physiocrates qui considéraient que seule la terre produit de la richesse. Smith explique aussi le mécanisme de la **main invisible** et l'**équilibre du marché**.

L'Ecole classique ne forme pas un ensemble cohérent de thèses partagées par les économistes qui la composent. Elle se caractérise cependant par :

- la reconnaissance de l'**interdépendance et de la dynamique** des phénomènes économiques,
- la recherche de **lois générales ou "naturelles"** valables en tous lieux et à toutes époques,
- l'étude d'un système économique basé sur le développement du **salarariat** et la **monétarisation** de l'économie,
- l'intérêt pour les processus de **production, les échanges, la formation des prix et de la richesse**,
- la confiance dans les effets de **libre concurrence**.

Au début des années 1840, des universitaires critiquent les économistes classiques. Les plus célèbres penseurs issus de ce groupe sont **Karl Marx** et **Friedrich Engels**, qui écrivent ensemble ou séparément de nombreux ouvrages économiques, le plus célèbre étant *Le Capital*.

### **Définition du keynésianisme**

Le **keynésianisme** est l'une des plus importantes théories macroéconomiques. Il désigne la doctrine développée par **John Maynard Keynes** (1883-1946), notamment dans la "**Théorie générale de l'emploi, de l'intérêt et de la monnaie**". Keynes y défend l'hypothèse que la demande est le facteur déterminant qui permet d'expliquer le niveau de la production et par conséquent de l'emploi.

En matière économique, John Maynard Keynes innove en réalisant son analyse au niveau **macro-économique** et en mettant en évidence les principaux paramètres (revenu, consommation, investissement, épargne, emploi, taux d'intérêt). Dans "**Théorie générale de l'emploi, de l'intérêt et de la monnaie**" il défend l'idée, contrairement aux théories classiques, que l'équilibre du marché, associé au capitalisme, peut être un équilibre de **sous-emploi**. L'Etat doit alors y remédier pour réguler l'économie au moyen de l'**investissement** public ou privé et en encourageant

la **consommation** par la redistribution des revenus. Ses idées ont fortement influencé l'économie moderne ainsi que la politique sociale des pays occidentaux.

Aujourd'hui de nombreux courants et partis politiques se revendiquent du keynésianisme, mais en n'en retenant que l'idée d'interventionnisme, alors que Keynes, lui même homme d'affaires, insistait sur le rôle fondamental de la création d'entreprises privées.

L'**école néoclassique** est un terme générique utilisé pour désigner plusieurs courants économiques qui étudient la formation des prix, de la production et de la distribution des revenus à travers le mécanisme d'offre et de demande sur un marché. L'hypothèse de maximisation de l'utilité qui sous-tend ses calculs économiques la rattache au courant marginaliste né à la fin du XIXe siècle. Des trois fondateurs du marginalisme à savoir **Léon Walras**, **Carl Menger** et **William Stanley Jevons**, le premier nommé est celui qui a la plus forte influence sur l'école néoclassique au début du XXIe siècle.

**Sources** : [http://www.toupie.org/Dictionnaire/Ecole\\_classique.htm](http://www.toupie.org/Dictionnaire/Ecole_classique.htm)  
<http://www.toupie.org/Dictionnaire/Keynesianisme.htm>  
[https://fr.wikipedia.org/wiki/Histoire\\_de\\_la\\_pens%C3%A9e\\_%C3%A9conomique#Les\\_classiques](https://fr.wikipedia.org/wiki/Histoire_de_la_pens%C3%A9e_%C3%A9conomique#Les_classiques)

## Unité 2. L'ÉCONOMIE D'UN PAYS

### Texte A. Les types du marché

#### Définition du marché

Dans le sens premier, le **marché** désigne le lieu où des **producteurs** (commerçants, artisans, paysans) se rassemblent pour proposer directement leurs produits aux **consommateurs**.

En économie, par extension, le marché est un système d'échanges où se rencontrent l'**offre** (les vendeurs) et la **demande** (les acheteurs). C'est aussi l'ensemble des règles, juridiques ou informelles, par lesquelles ce type d'opérations économiques peut se réaliser. Le marché, qui concerne aussi bien les échanges de biens, de services que les échanges actifs financiers et immobiliers, est l'un des concepts fondamentaux de l'économie.

Dans les **marchés organisés**, comme la Bourse, par opposition aux **marchés de gré à gré**, les transactions sont multi-latérales et centralisées dans un carnet à ordre. Les prix sont déterminés de manière mécanique en fonction des ordres d'achat et de vente entrés préalablement. Seuls des intermédiaires agréés ont accès aux marchés

organisés. La transparence nécessite que l'information disponible soit accessible au même moment par tous les participants.

Dans une **économie de marché**, la production et les prix sont régulés par la loi de l'offre et de la demande, contrairement à l'**économie dirigée** ou **planifiée**. Le marché doit être surveillé et garanti par un tiers (arbitre, société de Bourse, Etat, etc.) Les partisans du **libre-échange** considèrent que les contraintes de l'Etat sur les quantités offertes ou achetées, ou sur le niveau des prix, font perdre au marché son efficacité, en ne permettant d'approcher ni le juste prix, ni l'**optimum des ressources**.

### **La loi de l'offre et de la demande**

Selon la théorie développée par **Alfred Marshall**, la confrontation de l'offre et de la demande, dans un marché concurrentiel, permet de prédire à la fois le prix et les quantités de biens échangés (produits manufacturés, matières premières, obligations, actions, etc.) Ce point d'équilibre théorique correspond au prix pour lequel les vendeurs sont disposés à fournir la même quantité de biens que les acheteurs veulent acquérir. Cela suppose que les acteurs aient un comportement rationnel et soient uniquement préoccupés par le prix. En outre, la concurrence doit être parfaite (atomicité de l'offre et de la demande, produits identiques, information rapide et complète de tous les acteurs, etc.)

### **Le monopole**

On parle de **monopole** quand, sur un marché libre, il n'y a qu'un seul vendeur pour de nombreux acheteurs, car il n'existe pas de produits de substitution. Le produit vendu par le monopoleur est le seul.

Dans un marché de type monopole, on distingue le monopole dans le marché privé et le monopole dans le marché public. Il s'agit de deux problématiques tout à fait différentes, car les premiers résultent bien souvent du dépôt d'un brevet alors que les deuxièmes apparaissent, en principe, pour la sauvegarde d'un intérêt d'ordre général.

### **L'oligopole**

Un **oligopole** est un type de marché assez fréquent. C'est un marché d'un produit qui est vendu par très peu de vendeurs en comparaison au grand nombre d'acheteurs. Vu que le produit est le même, tous les vendeurs doivent mettre le même prix, car si l'un décidait de vendre le produit à un prix plus fort, il perdrait directement ses clients. Mais tout n'est pas si simple, car le comportement que les « rares » vendeurs du produit vont avoir les uns envers les autres peut enclencher des situations différentes :

- Entente : les vendeurs s'entendent.

- Price-leadership : l'un des vendeurs agit en tant que leader, il fixe un prix et les autres le suivent.
- Guerre des prix : les vendeurs déclarent la guerre des prix entre eux afin d'essayer de s'éliminer les uns les autres.

### **La concurrence monopolistique**

Il s'agit, ici, d'un marché où plusieurs vendeurs proposent des produits qui ne sont pas tout à fait pareils, mais très similaires. Par conséquent, chaque vendeur peut imposer son prix, mais il faut tout de même qu'il fasse attention aux autres, car les produits sont semblables. C'est le cas de nombreux produits du quotidien : lessive, dentifrice, etc.

### **La concurrence parfaite**

On parle de **concurrence parfaite** quand le marché est libre, le produit homogène et qu'il y a un nombre important de vendeurs, mais aussi d'acheteurs. Ce sont les trois principales caractéristiques qui définissent ce qui pourrait être davantage un modèle d'analyse théorique plus qu'un vrai marché.

**Source :** <http://www.toupie.org/Dictionnaire/Marche.htm>  
<https://docs.school/blog/actualite/differents-types-marche-economie-10-01-2017.html>

## **Texte B. Le système des impôts**

L'**impôt direct** est un impôt payé directement par une personne en son nom propre (**contribuable**). L'**impôt indirect** est un impôt payé indirectement par une personne (par la voie d'une autre personne), par exemple:

- L'impôt sur le revenu est un impôt direct,
- La TVA (**Taxe sur la Valeur Ajoutée** ) est un impôt indirect.

Dans la plupart des cas, l'**administration fiscale** envoie au **déclarant** un **formulaire de déclaration** préremplie.

Quels sont les principaux impôts existant en France ?

### **Fiscalité des entreprises**

L'**impôt sur les sociétés (IS)** est une imposition annuelle sur les bénéfices réalisés en France par les sociétés et les autres organisations. Il concerne environ un tiers des entreprises françaises. Le taux d'imposition est de 33,3 %. Certaines entreprises non

soumises à l'IS (les entreprises individuelles principalement ou les sociétés civiles professionnelles) sont soumises à l'Impôt sur le Revenu (IR).

**Les prélèvements sociaux :** la contribution sociale généralisée (CSG) et la contribution pour le remboursement de la dette sociale (CRDS). Elles sont prélevées sur la paie des employés, sur les revenus du patrimoine ou des produits de placement. Les charges sociales comprennent les taxes salariales, la taxe d'apprentissage, la taxe de formation et la participation des employeurs à l'effort de construction (prélèvement logement social).

### **Fiscalité de la consommation et des investissements**

**La Taxe sur la Valeur Ajoutée (TVA)** est une taxe sur la consommation que le consommateur paie lors de l'achat d'un produit ou d'un service. Le taux normal est fixé à 20 % et il existe deux taux réduits (10 % et 5,5 %) pour certains produits et services. Un taux spécial de 2,1 % est appliqué notamment aux publications de presse et aux médicaments remboursés par la sécurité sociale. Le montant global de la TVA à payer est calculé par l'entité assujettie. Si la différence entre la TVA collectée (lors des ventes aux consommateurs) et la TVA payée (aux fournisseurs) est négative, l'entreprise compense normalement le surplus avec ses prochains paiements de taxe ou peut, sous certaines conditions, demander un remboursement. Les impôts indirects et taxes assimilées sont partiellement harmonisés au niveau communautaire tels les droits d'accises : taxes sur les spiritueux et les boissons alcoolisées, taxe intérieure sur les produits pétroliers, taxes sur le tabac. Une taxe générale sur les activités polluantes est en outre applicable aux entreprises qui réalisent certaines opérations telles que le stockage et traitement des déchets, la livraison ou utilisation de lubrifiants, l'émission de substances polluantes dans l'atmosphère, etc.

### **Fiscalité du patrimoine**

**Les droits d'enregistrement** sont un impôt prélevé quand un acte ou un document est inscrit dans un registre.

**Les droits de timbre** sont collectés dans le cadre de ventes d'immeubles, héritages, dons, cession d'entreprises et d'immatriculations de véhicules. En général, ils sont payés par l'apposition d'un timbre à un document officiel.

### **Fiscalité locale**

Le gouvernement perçoit des impôts locaux pour le compte des collectivités locales. Elles définissent en partie le taux, mais ne peuvent pas le faire varier au-delà de limites légales.

**La taxe foncière** sur les terrains bâtis est perçue annuellement sur un terrain aménagé situé en France, sauf lorsqu'il existe un droit à l'exonération permanente (biens publics, bâtiments agricoles, etc.) ou d'une exemption temporaire (entreprises nouvelles ou innovantes, incitations au développement, etc.). La taxe foncière sur des terrains non bâtis est perçue annuellement sur les propriétaires de terrains non bâtis de toute nature situés en France, sauf lorsqu'il existe un droit à l'exonération permanente (biens publics) ou une exemption temporaire (mesures incitatives pour l'agriculture, le reboisement et la conservation des zones de protection de l'environnement). Comme la taxe foncière sur les terrains bâtis, la taxe est due par le propriétaire du terrain au 1<sup>er</sup> Janvier de l'année d'imposition.

**La contribution économique territoriale** est composée d'une contribution de locaux commerciaux et une contribution sur la valeur ajoutée des entreprises calculée sur la base de la valeur ajoutée générée par une entreprise.

**Sources :** <https://www.impots.gouv.fr/portail/international-professionnel/questions/quels-sont-les-principaux-impots-existant-en-france>  
<https://www.rachatducredit.com/definition-impot-direct-et-indirect.html>

## Unité 3. LE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE

### Texte A. Les indicateurs économiques

Les **indicateurs économiques** permettent de mesurer la santé économique d'un pays ou d'un secteur donné. Ils ont une grande influence sur les marchés boursiers. Ils sont répartis en trois catégories : les **indicateurs économiques avancés, coïncidents et retardés**.

#### Les indicateurs économiques avancés

Ces indicateurs économiques tentent d'**anticiper les tendances économiques à venir**. Ils s'appuient sur les données passées ou présentes pour prédire ce qu'il se passera à court ou moyen terme. Ils sont à manier avec précaution, comme toutes les prévisions. Voici les deux principaux :

- **l'indice des prix à la consommation (IPC)** : c'est l'instrument de mesure de l'inflation. Son calcul permet d'estimer les variations de prix d'un panier type de produits de grande consommation. En France, il est publié tous les mois au Journal officiel. Il aide le gouvernement à indexer ses prestations sociales, comme les allocations familiales, ou le SMIC ;

- **le climat économique** : il regroupe les perspectives des investisseurs institutionnels et des analystes économiques pour les six prochains mois. Il permet de calculer la confiance des experts des marchés financiers dans les tendances futures. Le principal indicateur européen est le ZEW (en allemand : Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung), publié chaque mois pour la recherche européenne en économie.

### **Les indicateurs économiques coïncidents**

Ceux-ci donnent une image de l'économie ou d'un secteur particulier en temps réel. Ils permettent d'évaluer la santé des entreprises sur un temps très court. Les indicateurs majeurs de cette catégorie sont :

- **la production industrielle** : comme son nom l'indique, cet indicateur retrace la production des entreprises du secteur secondaire uniquement, c'est-à-dire des usines, des carrières et des mines. L'agriculture et les entreprises de services ne sont pas prises en compte ;
- **les dépenses des ménages** : il s'agit ici de mesurer les variations des dépenses des ménages d'un pays. Cet indicateur permet par conséquent d'évaluer la santé du secteur de la vente au détail (épiceries, grandes surfaces, etc) ;
- **les taux d'intérêt directeurs** : ce sont les taux auxquels les banques centrales prêtent de l'argent à court terme aux banques. Ils ont une influence directe et immédiate sur le taux de change d'une monnaie, et donc sur les prix. Leur manipulation permet de réguler l'inflation ou la déflation.

### **Les indicateurs économiques retardés**

Ces statistiques retracent des données déjà établies lors de leur publication. Le taux de chômage d'un mois donné est par exemple publié le mois suivant. Ils permettent de confirmer ou d'infirmer les tendances prévues par les indicateurs précédents. Cette catégorie regroupe notamment :

- **le chômage** : c'est l'un des indicateurs les plus importants de cette liste. Il confirme ou non l'efficacité des tendances économiques passées et permet de les réajuster si besoin. En France, cette statistique est publiée à la fin de chaque mois pour le précédent ;
- **le PIB** : le **produit intérieur brut** est la somme de toutes les richesses (produits et services) créées dans un pays. Couplé au taux de chômage, il donne une vision générale de l'économie. Il est publié tous les trimestres.

Le **PIB** est défini comme étant la somme des **valeurs ajoutées** réalisées à l'intérieur d'un pays par l'ensemble des branches d'activité (auxquelles on ajoute la TVA et les droits de douane), pour une période donnée, indépendamment de la nationalité des entreprises qui s'y trouvent.

L'utilisation de la valeur ajoutée permet d'éviter que la même production ne soit prise en compte plus d'une fois, puisque dans son calcul on retire la valeur des biens consommés pour la production.

Le PIB se distingue du **Produit national** qui, lui, prend en compte la nationalité des entreprises, et non leur lieu d'implantation.

La croissance du PIB est considérée comme l'indicateur par excellence de la performance et de la santé économique d'un pays. Le ratio **PIB par habitant** mesure, quant à lui, le niveau de vie. En effet, comme le total des valeurs ajoutées est égal à la somme de l'ensemble des revenus, le PIB par habitant est aussi égal au **revenu par habitant**.

En économie, le **PNB** ou **Produit national brut** mesure la production sur une période donnée, en général annuelle, de biens et services marchands créés par une nation, que cette production se déroule sur le sol national ou à l'étranger.

Le PNB reflète la valeur ajoutée produite par les **résidents d'un pays** que ce soit sur le territoire ou à l'étranger.

Cet indicateur a été créé aux Etats-Unis pendant la 2ème guerre mondiale afin de mesurer l'effet de la guerre sur le revenu national.

**Sources:** [https://www.hellolife.fr/article/quels-sont-les-principaux-indicateurs-economiques\\_a7267/1](https://www.hellolife.fr/article/quels-sont-les-principaux-indicateurs-economiques_a7267/1)

<http://www.toupie.org/Dictionnaire/Pnb.htm>

<http://www.toupie.org/Dictionnaire/Pib.htm>

## **Texte B. Les cycles économiques**

Les **cycles économiques** correspondent à la succession de périodes de récession et de prospérité, qui se produisent de façon récurrente, qui affectent tout un pays, et qui s'alimentent d'elles-mêmes. Il faut les distinguer des variations saisonnières (baisse des ventes de manteaux en été par exemple) et des tendances à long terme (particulièrement celles liées à la population, comme le "baby-boom" par exemple).

Les **phases d'un cycle** économique sont les suivantes : apogée, contraction, récession, creux, rétablissement, et expansion.

Une **crise économique** est une dégradation brutale de la situation économique d'un pays ou d'une zone économique, conséquence d'un décalage entre la production et la consommation. Elle se traduit par une forte augmentation du chômage, par une baisse du PIB (Produit Intérieur Brut), un accroissement du nombre de faillites, une baisse du pouvoir d'achat, etc.

La crise économique la plus grave de l'histoire moderne, au niveau mondial, a été celle de 1929.

Une **récession** est une forme légère de crise économique, tandis que la **dépression** en est une forme plus profonde.

### **Définition de la récession**

**Etymologie** : du latin *recessio*, venant de *re*, en arrière, et *cedere*, aller.

En économie, une **récession** est une période de diminution passagère de l'activité économique. La définition est variable d'un pays à l'autre. Pour certains, comme aux Etats-Unis, elle est définie comme une période d'au moins deux trimestres consécutifs avec une baisse du PIB. Dans d'autres pays, on parle de récession dès qu'il y a un ralentissement de la croissance c'est-à-dire une baisse des taux de croissance, même s'ils restent positifs.

Une récession est globale lorsqu'elle touche à la fois la production industrielle, le commerce à travers les échanges internationaux, l'emploi, le niveau des revenus ainsi que la consommation des ménages. La récession est l'une des phases du **cycle économique** dans le système capitaliste : **expansion, crise, récession, reprise**.

La récession se distingue de la **dépression** où la diminution du PIB est durable et où l'activité économique ne se redresse pas naturellement.

En France, les trois dernières récessions ont eu lieu en 1974, 1993 et 2008.

### **Définition de dépression (économique)**

**Etymologie** : du latin *depressio*, abaissement, enfoncement, profondeur.

En économie, on appelle dépression une forme grave de crise qui se caractérise par un ralentissement important et durable de l'activité économique : production, investissement, consommation.

La dépression est associée à une baisse des prix et à une forte augmentation du chômage. La sortie de la dépression économique nécessite une intervention importante des États.

La dépression se distingue ainsi de la récession qui est une crise passagère.

Lorsqu'elle est considérée comme l'une des phases d'un cycle économique, elle ne remet pas nécessairement en cause le système économique lui-même.

Les exemples de la dépression sont la **Grande dépression** des années 1930, qui a affecté tous les pays occidentaux, et plus particulièrement les États-Unis.

**Sources :** <http://www.toupie.org/Dictionnaire/Recession.htm>

<http://www.toupie.org/Dictionnaire/Crise.htm>

<http://www.toupie.org/Dictionnaire/Depression.htm>

<http://www.peoi.org/Courses/Coursesfr/mac/mac6.html>

## **Unité 4. L'ENTREPRISE**

### **Texte A. Les types des entreprises**

#### **Création d'entreprise : quel statut juridique choisir ?**

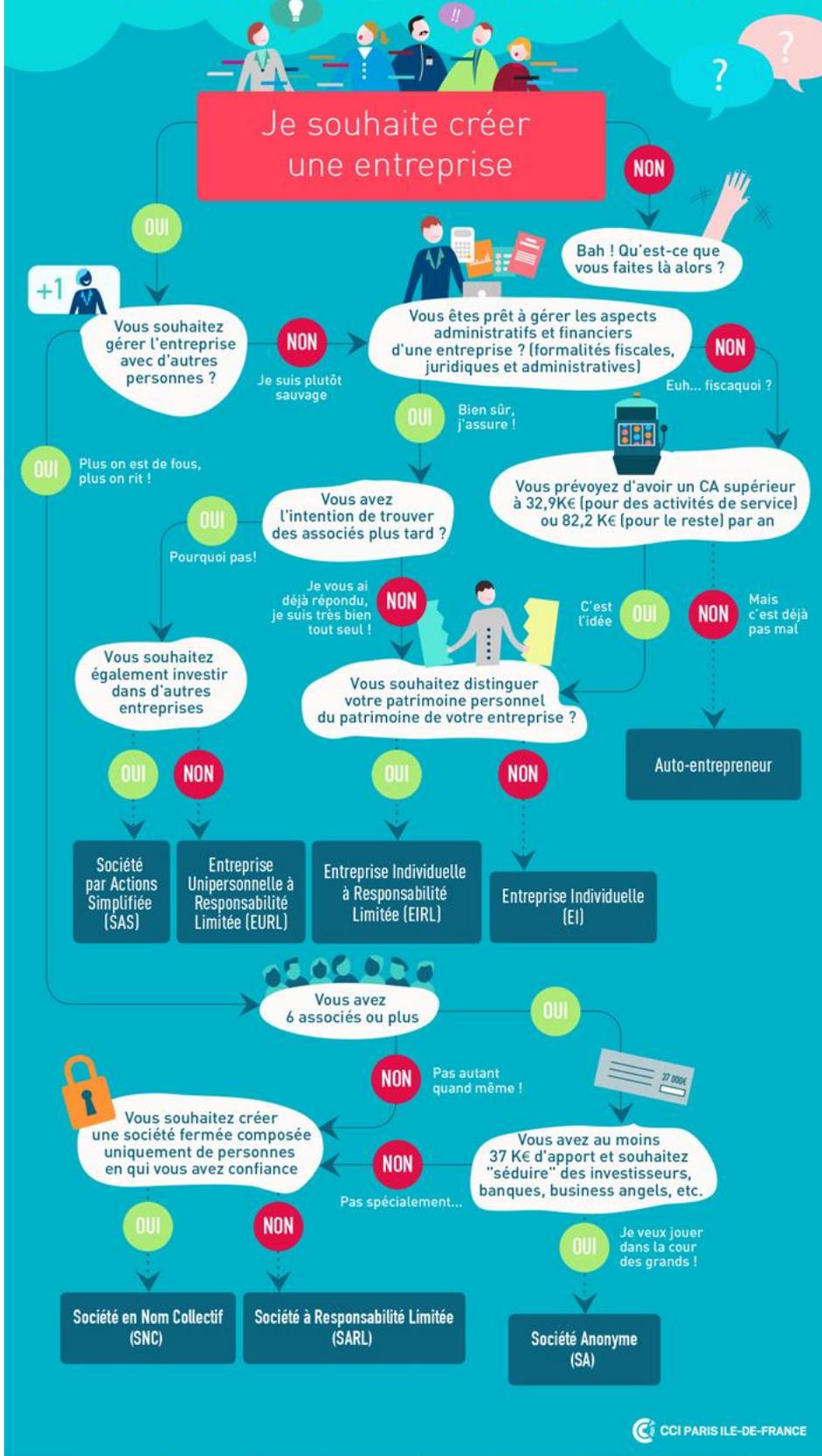
Vous créez votre entreprise ? De nombreux critères sont à prendre en compte : nature de votre activité, présence d'associés, personnalité juridique associée... Et ce choix est primordial car il aura des conséquences fiscales et sociales, et donc sur votre activité.

Il y a beaucoup de **statuts juridiques** à choisir :

- Société par Actions Simplifiée (SAS)
- Entreprise Unipersonnelle à Responsabilité Limitée (EURL)
- Entreprise Individuelle (EI)
- Entreprise Individuelle à Responsabilité Limitée (EIRL)
- Auto-entrepreneur
- Société en Nom Collectif (SNC)
- Société À Responsabilité Limitée (SARL)
- Société Anonyme (SA)

Pour vous aider, la CCI Paris Île-de-France vous propose un test simple pour trouver en 4 questions le statut juridique qui correspond le mieux à votre projet d'entreprise.

# QUEL STATUT D'ENTREPRISE EST FAIT POUR MOI ?



## **Les critères à prendre en compte pour la structure juridique**

### **La nature de votre activité**

Le choix du statut juridique de votre entreprise dépendra de la nature de votre activité. Selon que vous exercez dans le domaine commercial, artisanal ou libéral. **Pour certaines activités, vous n'aurez pas le choix du statut juridique. Il est imposé.** C'est le cas des débits de tabac par exemple.

Autre élément important, **le fonctionnement de l'entreprise sera différent et plus ou moins contraignant si vous choisissez l'entreprise individuelle ou la société.** Dans la première, vous prenez toutes les décisions et en êtes responsables. Dans la deuxième, vous agissez au nom de l'entreprise et devez vous concerter avec vos associés avant de redéfinir l'orientation stratégique par exemple. Sachez également que selon la structure, vous allez être soumis à l'impôt sur le revenu ou l'impôt sur les bénéfices.

### **S'associer ou non ?**

Entreprendre à plusieurs au sein d'une société, c'est rassurant au début. Cela permet d'apporter plus de capital dans l'entreprise au départ et donc de voir les choses en grand. **Être à plusieurs permet aussi d'avoir à disposition des compétences complémentaires** et un réseau de contacts plus important puisque chacun amène son carnet de clients potentiels. Si vous préférez la jouer en solo et rester seul aux commandes, mieux vaut travailler en indépendant, en entreprise individuelle ou encore en EURL ou SASU.

### **Les statuts particuliers**

Concernant les professions libérales, on en distingue deux types. **Celles qui sont réglementées**, c'est-à-dire les avocats, les médecins, les architectes ou encore les experts-comptables. **Les professions libérales non réglementées** concernent les professionnels qui exercent une activité indépendante ou non commerciale, non artisanale, non industrielle et non agricole. Les consultants rentrent par exemple dans le cadre de ce statut, de même que l'agent commercial.

D'autres statuts spéciaux existent pour **les artisans et commerçants ambulants, les inventeurs ou encore les artistes-auteurs.**

## **Forme juridique de l'entreprise : les questions d'argent**

### **Pensez à votre patrimoine**

Si vous avez un patrimoine personnel que vous souhaitez mettre à l'abri des créanciers de l'entreprise, mieux vaut opter pour une EURL si vous êtes entrepreneur

individuel. Vous sélectionnez dès la création les biens affectés à votre activité, tous vos autres biens seront protégés.

### **Le financement et la crédibilité vis-à-vis du banquier, des fournisseurs et des clients**

Pour certaines formes de société comme la SA, le capital minimal à apporter est de 37 000 €. D'autre part, il faut à l'aide d'un budget prévisionnel estimer vos besoins financiers.

### **Combien allez-vous devoir investir en matériel et en immobilier ?**

Dans le cas d'une activité de production ou transformation de matière première, il vous faudra nécessairement une trésorerie plus importante que dans le cadre d'une activité de services. C'est aussi une question de crédibilité. Vos banquiers, fournisseurs et clients ne vous prendront pas au sérieux si vous commencez avec un capital insuffisant.

Quelque soit le statut juridique que vous avez choisi, retrouvez le document juridique qui convient pour créer votre entreprise.

**Sources :** <https://www.petite-entreprise.net/articles/Creer-sa-boite/Entrepreneurs-trouvez-en-deux-minutes-votre-statut-juridique>  
[http://www.cci-paris-idf.fr/entreprises/creer-reprendre/comment-choisir-son-statut-juridique-services?\\_scoop\\_post=9eea4a40-990c-11e5-b48d-90b11c3d2b20&\\_scoop\\_topic=1647372#\\_scoop\\_post=9eea4a40-990c-11e5-b48d-90b11c3d2b20&\\_scoop\\_topic=1647372](http://www.cci-paris-idf.fr/entreprises/creer-reprendre/comment-choisir-son-statut-juridique-services?_scoop_post=9eea4a40-990c-11e5-b48d-90b11c3d2b20&_scoop_topic=1647372#_scoop_post=9eea4a40-990c-11e5-b48d-90b11c3d2b20&_scoop_topic=1647372)

## **Texte B. Un business plan**

Par **définition**, un **business plan**, également appelé **plan d'affaires** (ou, par abus de langage, « prévisionnel financier ») est un dossier qui est constitué à l'occasion :

- D'une **création** d'entreprise,
- D'une **reprise** d'entreprise,
- Ou d'une **modification d'activité** (adjonction ou suppression).

Le business plan est un document écrit qui fera l'objet d'entretien avec différents interlocuteurs et qui doit nécessairement répondre aux questions suivantes :

- Qui est le porteur de projet ? Quel est son parcours ?
- Que compte-t-il vendre ? A qui va-t-il le vendre ?
- Qui sont ses concurrents ? De quels avantages dispose-t-il par rapport à ceux-ci ?

- Comment souhaite-t-il déployer son projet ? Selon quel calendrier ?
- Quels sont les besoins financiers générés par son projet ?
- Comment pense-t-il les faire financier ?
- Quel retour sur investissement anticipe-t-il ?

Il présente l'ensemble des actions qui seront conduites par l'entreprise, les moyens qu'elle va déployer pour y parvenir et la période qu'elle se fixe pour atteindre ses objectifs.

### **Quelle est l'utilité d'un business plan ?**

Un **business plan** a une visée argumentaire et a vocation à **convaincre le destinataire** pour lequel il a été rédigé. Il doit permettre à l'entreprise :

- D'obtenir un financement bancaire,
- De bénéficier de participations de la part d'investisseurs externes,
- De négocier des tarifs préférentiels et des délais de paiement auprès d'un futur fournisseur.

### **Que contient un business plan ?**

Sur le plan du contenu, un business plan doit présenter deux volets :

#### **Une partie rédactionnelle**

Le porteur de projet y évoque son idée, l'analyse qu'il a faite de ses concurrents, le positionnement stratégique qu'il souhaite adopter, l'intensité de la concurrence présente sur son marché, les moyens dont il dispose pour parvenir à satisfaire sa demande et le cadre juridique de l'opération.

#### **Une partie financière**

Elle contient un ensemble de tableaux financiers tels que le compte de résultat prévisionnel, le bilan prévisionnel, le plan de financement prévisionnel ou encore le budget de trésorerie. Ils s'articulent plus ou moins entre eux et mettent en évidence différentes notions clefs comme le besoin en fonds de roulement (BFR), la capacité d'autofinancement (CAF), différents ratios financiers, etc.

### **Quels sont les destinataires d'un business plan ?**

multiples sont les destinataires d'un business plan. En premier lieu, il s'agit du **porteur de projet** lui-même. Le business plan va lui permettre de structurer ses idées, d'affiner son projet, de mettre en évidence ses forces et ses faiblesses et de s'assurer de sa viabilité.

Ensuite, il s'adresse aux **apporteurs de fonds**, c'est-à-dire les banques (pour les prêts) et les investisseurs (pour les participations au capital et les autres formes de

participation). Il doit prouver la pérennité du projet et mettre en lumière le retour sur investissement attendu.

Enfin, il a vocation à convaincre les futurs **partenaires** de l'entreprise de commercer avec celle-ci. Il permet de négocier des délais de paiement ou des prix en fonction des volumes de commandes. Il doit prouver la solidité financière du projet ainsi que son ampleur.

### **Comment faire un business plan ?**

Un business plan comporte généralement une vingtaine de pages mais la **structure** de ce document **dépend de son destinataire**. En effet, un business plan ne sera pas rédigé de la même façon s'il a vocation à convaincre un banquier ou un investisseur. Cela étant dit, chaque partie doit tout de même contenir un minimum d'informations.

Il doit être clair et aéré, compréhensible sur le plan rédactionnelle et cohérent sur le plan financier.

**Source :** <https://www.compta-facile.com/qu-est-ce-qu-un-business-plan-definition/>

## **Unité 5. LA FINANCE ET LE CRÉDIT**

### **Texte A. Qu'est-ce que la finance ?**

La finance consiste à analyser en termes financiers, c'est-à-dire en \$, toutes les décisions importantes qui surviennent dans les organisations ou dans la société en général, dans le but d'assurer une utilisation optimale des ressources et d'améliorer ainsi le bien-être de tout un chacun.

La finance est la base et l'articulation du système capitaliste, car elle permet de s'assurer que toutes les décisions créent de la valeur et engendrent de la richesse. Par conséquent, la finance doit permettre à tous les individus d'accéder à un niveau de vie plus élevé.

Dans une économie caractérisée par la liberté de choix, les organisations et les gens peuvent exercer leur pouvoir décisionnel, c'est-à-dire qu'ils ont la possibilité d'optimiser leurs choix. La finance joue un rôle prépondérant dans l'amélioration des prises de décisions du fait qu'il est possible de mesurer son degré d'efficacité à la concrétisation ou non des objectifs individuels ou collectifs.

## **Quels sont les différents domaines de la finance ?**

L'ensemble des activités financières peut être divisé en six domaines importants du monde des affaires :

- **La gestion financière des entreprises**
- **Le placement**
- **La finance institutionnelle**
- **La finance internationale**
- **La finance publique**
- **La finance personnelle**

**La gestion financière des entreprises**, ou la finance corporative, concerne l'ensemble des décisions qui doivent être analysées dans une entreprise :

- l'acquisition d'actifs;
- le financement;
- les budgets;
- les relations avec les investisseurs;
- etc.

**Les principaux postes** ordinairement dévolus aux **analystes financiers** qui œuvrent en entreprise sont :

- vice-président directeur, vice-président financier;
- trésorier : c'est-à-dire l'obtention, la gestion et le contrôle des fonds;
- analyste des projets d'investissements;
- responsable de la gestion des comptes clients et de la politique de crédit ;
- responsable des relations avec les institutions financières et les investisseurs;
- analyste de budgets;
- contrôleur interne.

**Le domaine du placement** est celui des valeurs mobilières et de la gestion de portefeuilles. Il concerne la gestion de l'argent:

- la bourse;
- les fonds mutuels;
- les fonds de pension;
- l'émission de titres;
- le domaine de l'immobilier;
- etc.

### **La finance institutionnelle**

Ce domaine de la finance concerne la gestion des institutions financières, plus particulièrement la gestion des banques. Les aspects du crédit aux particuliers, du crédit aux entreprises, des emprunts hypothécaires et des placements en font notamment partie.

### **La finance internationale**

Avec la mondialisation des marchés financiers, la finance internationale requiert de nouvelles compétences. La finance internationale concerne la gestion du commerce à l'extérieur des frontières:

- les importations;
- les exportations;
- le financement à l'étranger;
- l'investissement à l'étranger;
- et autres activités.

**La finance publique** s'intéresse à la gestion des organisations publiques, tant aux niveaux fédéral et provincial que municipal. Les tâches n'y sont pas tellement différentes que celles dans le secteur privé. Ce qui la distingue néanmoins, c'est le point de vue adopté pour l'analyse, notamment celui de la société et des objectifs sociaux poursuivis.

#### **Les principales tâches sont donc:**

- l'analyse des investissements publics (avantages-coûts) et de leur financement;
- l'analyse des politiques fiscales et financières;
- l'analyse des budgets gouvernementaux;
- la gestion de la dette;
- la gestion de la trésorerie;
- la gestion de programmes.

### **La finance personnelle**

Le domaine de la finance personnelle concerne la planification financière personnelle, c'est-à-dire la gestion et la planification du patrimoine des individus au cours des différentes étapes de leur vie.

#### **Les principales tâches du planificateur financier concernent:**

- la gestion des emprunts personnels;
- l'évaluation des placements personnels;
- la planification de la retraite;

- la gestion du portefeuille d'assurance;
- le traitement des aspects fiscaux;
- la planification successorale.

**Source :** <https://www.usherbrooke.ca/ecole-gestion/departements/finance/informations/definition/>

### **Texte B. Le crédit et le microcrédit**

Un **crédit** est une mise à disposition d'argent sous forme de prêt, consentie par un **créancier (prêteur)** à un **débiteur (emprunteur)**. Pour le créancier, l'opération donne naissance à une créance sur l'emprunteur, en vertu de laquelle il pourra obtenir remboursement des fonds et paiement d'une **rémunération (intérêt)** selon un **échancier** prévu. Pour l'emprunteur, qu'il s'agisse d'une **entreprise** ou d'un **particulier**, le crédit consacre l'existence d'une dette et ouvre la mise à disposition d'une ressource financière à caractère temporaire.

Les banques, qui sont les principaux fournisseurs de crédit, tant aux particuliers qu'aux entreprises, distinguent généralement les **crédits à court terme** (moins d'un an), **à moyen terme** (de 2 à 6 ans), et **à long terme** (au-delà de 6 ans). Ce découpage n'est pas normalisé et varie d'une banque à l'autre.

Par ailleurs on distingue généralement :

- le **prêt**, une somme fixe et déterminée une fois pour toutes, à rembourser en une ou plusieurs **échances** déterminées ;
- le **crédit permanent** ou le **crédit de caisse** correspondant au droit d'emprunter à volonté de l'argent à la banque dans des limites de durée et de montant. Pour le bénéficiaire, l'intérêt est d'utiliser l'argent en fonction de son besoin et donc de n'emprunter que le strict nécessaire.
- le **rachat de crédit**, qui consiste à regrouper tous ses crédits à la consommation et immobiliers en un unique prêt ;
- le **crédit immobilier**, destiné à l'acquisition ou la rénovation de biens immobiliers;
- le **crédit aux professionnels**, en vue du financement d'actifs utilisés dans un cadre professionnel.

Plusieurs **types de crédit** bancaire peuvent se distinguer selon l'objet et les caractéristiques:

Les **crédits pour les particuliers** (personnes physiques): crédit-bail (leasing, location –vente), crédit à la consommation, crédit immobilier (épargne logement)

Les **crédits pour les entreprises et les professionnels** : crédit d'exploitation (escompte, faculté de caisse, affacturage, Credoc) ; crédit d'investissement (prêt d'équipement, crédit-bail), etc.

### **Microcrédit**

Le **microcrédit** est un dispositif qui consiste à **prêter de petites sommes d'argent** à des personnes ou à des familles qui n'ont **pas accès au système bancaire classique**, faute de garanties réelles ou d'apport personnel suffisant. L'objectif est de les aider à réaliser un projet de développement d'**activités productives** ou de **création d'une très petite entreprise**.

Il a pour origine l'initiative, récompensée par le prix Nobel de la paix 2006, du **Bangladais Muhammad Yunus** et de la **Grameen Bank** qu'il a créée en 1983. Professeur d'économie, Muhammad Yunus avait constaté que des femmes pauvres ne pouvaient obtenir des banques locales du crédit pour leur petit commerce, faute de solvabilité. Sur ses propres fonds, il leur prêta de petites sommes d'argent qui furent rapidement remboursées.

Présent surtout dans les pays en développement où il est particulièrement adapté pour favoriser l'activité et la création de richesses, le microcrédit se pratique aussi dans les pays développés ou en transition.

Par le maillage économique qu'il crée, le microcrédit a un impact sur le développement local. Il touche des **secteurs** très variés comme :

- **l'agriculture** (groupements villageois, coopératives paysannes, organisations professionnelles agricoles),
- **l'artisanat** (groupements d'artisans, associations artisanales féminines),
- le **financement de l'économie sociale** (mutuelles d'épargne et de crédit, banques villageoises),
- la **protection sociale** (mutuelles de santé, caisses de santé primaire).

Inscrit dans une démarche économique et financière durable, le microcrédit s'accompagne d'un soutien fort aux bénéficiaires.

Le microcrédit est, avec l'épargne, la micro-assurance et d'autres produits, l'un des outils financiers qui forment la **microfinance**.

Sources : <https://fr.wikipedia.org/wiki/Cr%C3%A9dit>  
<https://blog.wikimemoires.com/2011/05/types-des-credits-bancaires-cycle-de-vie-du-credit/>  
<http://www.toupie.org/Dictionnaire/Microcredit.htm>

## Unité 6. LA COMPTABILITÉ ET L'AUDIT

### Texte A. La comptabilité

La comptabilité est une discipline régulièrement évoquée mais rarement définie. Qu'est-ce que la comptabilité ? A quoi sert-elle ? Quels sont ses objectifs ?

#### Définition de la comptabilité

La **comptabilité** est un système d'organisation des données financières d'une entreprise, ou autrement dit une **discipline pratique** permettant de fournir de manière continue et en temps réel un **état de la situation financière de l'entreprise**. La comptabilité est une **notion très large** qui s'étend de la réception des pièces comptables (et leur traitement : classement, comptabilisation c'est-à-dire enregistrement comptable) à la production d'**états financiers de l'entreprise**. Elle constitue également le socle de tous les instruments de gestion, véritable outils d'aide à la décision.

#### La comptabilité, un outil d'information financière

La fonction première de la **comptabilité générale** (et son aboutissement) est de conduire à la **présentation de documents de synthèse** appelés **comptes annuels**, qui se composent d'un bilan, d'un compte de résultat et d'une annexe. Sans attendre une échéance particulière (clôture de l'exercice comptable par exemple), la comptabilité permet de produire des états provisoires généralement appelés situations comptables intermédiaires. Ces états « nourrissent » les partenaires de l'entreprise (associés, banquiers, salariés) et la comptabilité y joue un rôle majeur d'information.

La comptabilité permet de **déterminer la base** (et donc le montant) de nombreux **impôts et taxes** dont l'entreprise est redevable tels que : la Taxe sur la Valeur Ajoutée (TVA), l'Impôt sur les sociétés (IS), la Contribution sur la Valeur Ajoutée des Entreprises (CVAE) etc.

#### Les objectifs de la comptabilité

Le Code de Commerce impose que les comptes annuels soient sincères et réguliers, et qu'ils donnent une image fidèle du patrimoine, de la situation financière et du résultat de l'entreprise.

L'information comptable doit réunir de nombreuses qualités pour satisfaire les obligations légales en vigueur:

- **Comparabilité** : la comptabilité doit permettre au lecteur de comptes de pouvoir comparer les informations financières dans le temps et dans l'espace ;
- **Fiabilité** : l'information comptable doit être exhaustive et sans erreurs d'aucune sorte ;
- **Sincérité** : la réalité et l'importance des événements enregistrés au cours de l'exercice doivent être correctement traduites dans les comptes ;
- **Régularité** : les informations financières doivent être conformes aux règles et procédures en vigueur ;
- **Clarté** : l'information comptable telle qu'elle est produite doit pouvoir être comprise par ses lecteurs, elle ne doit pas s'adresser qu'aux spécialistes mais à un public averti ayant une connaissance raisonnable des affaires ;
- **Coût** : le coût de la comptabilité ne doit pas excéder sa valeur (les frais qu'elle engendre ne doivent pas être disproportionnés au regard de ce qu'elle apporte à ses bénéficiaires).

Les professionnels de l'expertise-comptable sont soumis à des règles particulières : ils obéissent à un code de déontologie et sont soumis à des normes professionnelles (normes de comportement, normes de travail, missions normalisées etc.). Ils relèvent d'une profession réglementée placée sous l'autorité d'un ordre : l'ordre des Experts-Comptables.

La comptabilité est une discipline pratique régulièrement actualisée et influencée par l'internationalisation. Elle souffre toutefois d'une distorsion avec la fiscalité puisqu'elle relève du droit comptable, droit autonome du droit fiscal et du droit des sociétés. Sa maîtrise reste indispensable pour produire une information financière de qualité.

**Source** : <https://www.compta-facile.com/comptabilite-definition-role/>

## **Texte B. L'audit interne**

L'audit interne est une procédure indépendante, objective et neutre exercée en équipe au sein d'une entreprise par des personnes formées. Cette activité a pour but d'induire

une amélioration des performances de l'entreprise en s'assurant de son bon fonctionnement et en apportant des conseils.

Grâce à une technique systématique et organisée, l'audit permet à l'entreprise d'atteindre les objectifs visés. Il s'agit d'une approche de perfectionnement des processus de gestion des risques, de surveillance et de gouvernance d'entreprise.

L'audit interne n'est pas chargé de produire des rapports mais plutôt d'aider l'entreprise à atteindre ses objectifs, même si ça se fait le plus souvent par l'émission d'un compte-rendu comportant plusieurs recommandations.

En cas de dysfonctionnement au sein de l'entreprise, l'audit interne est tenu de décrire de façon détaillée le problème et les risques (diagnostic et pronostic) en vue d'une mise au point. Ce processus comporte des contrôles réguliers (malgré que la définition ne le mentionne pas) dans le cadre d'investigations chargées de veiller au bon déroulement des opérations. Dans certains cas, ces contrôles peuvent paraître incongrus et déplacés.

Mais ils sont nécessaires pour avoir une vue d'ensemble du fonctionnement global de l'entreprise.

Suite à ce suivi, des recommandations sont émises. L'auditeur interne est dans l'obligation de revenir sur le terrain pour constater qu'elles ont bel et bien été mises en œuvre. Il ne faut pas oublier que l'audit interne est exigible d'une prestation de service. Elle doit être en mesure d'induire des résultats positifs réels et concrets.

Donc, de façon générale, l'audit interne a un champ d'action qui touche principalement trois processus :

- **Améliorer** les procédures de contrôle.
- **Optimiser** la gouvernance d'entreprise.
- **Perfectionner** le management de risque.

Le management de risque est une notion intriquée. En effet l'audit interne est en mesure de gérer les facteurs pouvant entraver la réalisation d'un objectif en procédant à l'adaptation de l'organisation. Il faut savoir qu'un risque se matérialise par la survenue d'un événement contraignant ne s'adaptant pas avec le mode de fonctionnement actuel. Ainsi il peut être à l'origine d'un échec dans l'atteinte des objectifs. Donc, il est important de savoir que ce n'est pas l'évènement fortuit qui est la cause de l'échec mais plutôt la non prévoyance du risque et le maintien de la même organisation.

L'audit interne met en place un système similaire de gestion de risque en agissant au niveau du fonctionnement de l'entreprise pour éviter les échecs.

Dans cette optique, il est donc possible de définir le management de risques comme étant une procédure à trois temps (avant, pendant et après)

- **Prévention** : limiter la matérialisation du risque (en modifiant le mode de fonctionnement).
- **Détection** : se rendre compte que le risque redouté s'est finalement produit.
- **Protection** : suite à la détection, il est possible de limiter les conséquences de l'échec.

**Source** : <https://www.petite-entreprise.net/P-2679-87-G1-definition-de-audit-interne.html>

## Unité 7. LA GESTION

### Texte A. La gestion du personnel

La notion d'administration du personnel, au sein de l'entreprise, a évolué à travers le temps pour devenir la **gestion des ressources humaines (GRH)**.

Ce dernier concept est beaucoup plus large puisqu'il dépasse la simple administration pour englober le management **du capital humain** de l'entreprise, avec toutes les nouvelles fonctions qui en découlent.

A ce titre, la gestion des Ressources Humaines comporte plusieurs facettes, complémentaires, indissociables et surtout, **indispensables à la bonne marche de l'entreprise**. Elles composent les caractéristiques de cette activité primordiale dans l'organisation. En effet, la gestion des Ressources Humaines détermine la stratégie de fonctionnement de l'entreprise et le suivi des performances car elle comprend :

- La gestion du recrutement et des affectations
- La gestion des rémunérations
- La gestion des carrières
- La gestion des formations
- La gestion sociale
- L'appréciation de la performance.

Mais cette définition est loin d'être exhaustive, étant donné que la gestion RH s'étend aussi aux domaines suivants :

- La **responsabilité** sociale de l'entreprise
- La **gestion du temps** de travail de chaque salarié
- La gestion **du dialogue** social
- La gestion **des connaissances**
- L'**hygiène et la sécurité**.

Recruter un salarié est un événement important dans la vie d'une entreprise. Il est donc important de s'y prendre avec méthode. Voici le processus de recrutement détaillé, de la définition des besoins et du profil jusqu'à l'intégration du nouveau salarié au sein de l'entreprise, en passant par les obligations légales de l'employeur.

### **Recrutement : de l'ouverture de poste à l'annonce**

Avant de recruter, un chef d'entreprise doit commencer par **définir les besoins** du poste. Le carnet de commandes est plein mais il faut se demander quel type de candidat recruter, à quel poste, avec quel contrat et quelle rémunération. Les questions de durée du contrat et de temps de travail sont essentielles. En effet, un chef d'entreprise veut être certain de la pérennité de son activité avant **d'employer un salarié** en CDI et à temps plein. Il peut aussi s'avérer utile de se renseigner sur les **aides au recrutement**. Une entreprise peut en effet avoir financièrement intérêt à embaucher un jeune, un senior ou un chômeur de longue durée.

Une fois le projet d'embauche clarifié, il est temps de **publier une annonce**. Il existe pour cela différentes manières de communiquer. Il est possible d'en choisir une ou plusieurs :

- Pôle emploi ;
- cabinets de recrutement ;
- réseaux sociaux ;
- sites Internet spécialisés ;
- presse locale ou nationale.

Afin de recevoir des candidatures qui répondent bien au profil recherché, il est important de rédiger une annonce précise en mentionnant l'intitulé de poste, le contrat, la rémunération, le lieu, le temps de travail, et toutes autres informations utiles.

### **Des sélections des candidatures jusqu'aux négociations**

Parmi toutes les candidatures reçues, il va être nécessaire de faire une première sélection en éliminant et répondant à toutes les demandes qui ne correspondent pas à ce que l'employeur recherche. Il convient ensuite de conserver les dossiers de chaque candidat qui se rapproche du profil envisagé. Après une comparaison des CV et des

lettres de motivation, une nouvelle sélection s'effectue. Il faut ensuite vérifier les références annoncées des meilleurs candidats. Il est possible de prendre un rendez-vous téléphonique afin d'échanger avec ces derniers autour du poste à créer et de confirmer leur motivation. Dans un second temps, le **responsable du recrutement** peut demander un entretien visuel avec les candidats qui ont retenu son attention. Enfin, pour s'assurer des compétences des postulants avant l'embauche, l'employeur peut exiger un test qu'il définira en fonction du poste. Si un candidat s'est démarqué et a passé toutes ces étapes avec succès, soit la rémunération convient aux deux parties, soit une **période de négociations** commence. Le candidat peut en effet demander un salaire supérieur à ce qui était envisagé, ou des avantages tels qu'une voiture de fonction. L'employeur, en fonction de ses possibilités, est susceptible de faire des concessions.

### **De la signature du contrat de travail à l'intégration du nouveau salarié**

L'employeur a trouvé son salarié mais doit désormais rédiger et faire signer le contrat d'embauche. Un certain nombre d'obligations lui incombe : déclaration unique d'embauche, inscription à la médecine du travail, immatriculation auprès des caisses de retraite, tenue d'un registre unique de personnel, d'un registre de l'inspection du travail et d'un livre de paie, et établissement d'une fiche de paie. Enfin, dans le but de le rendre opérationnel et performant, l'employeur a intérêt à **intégrer le nouveau salarié** au mieux dans l'effectif de l'entreprise.

**Sources :** <https://www.petite-entreprise.net/P-1033-81-G1-definition-de-la-gestion-des-ressources-humaines-grh.html>  
<https://www.journaldunet.fr/management/guide-du-management/1201589-le-processus-de-recrutement/>

## **Texte B. La gestion de projet**

Un projet est un ensemble d'actions coordonnées en vue d'atteindre un objectif défini à l'avance, dans le cadre de conditions spécifiques telles que les délais, les coûts ou les ressources. Un projet se définit par les éléments suivants :

- **Quoi** (les actions)
- **Qui** (les gens concernés)
- **Où** (les domaines touchés par le projet, voire les lieux)
- **Quand** (programmation dans le temps, grandes étapes)
- **Comment** (moyens, méthodes...)
- **Combien** (le budget)
- **Pourquoi** (les motifs et les objectifs)

**Exemples de projets :** la création d'une entreprise, la mise en place d'un outil informatique, créer un service export, créer et développer une e-boutique, entrer dans un nouveau canal de distribution, etc.

**Un projet est par définition novateur et risqué.** Il permet d'introduire l'entreprise sur un nouveau marché ou de préparer une nouvelle organisation en vue d'augmenter sa performance. Face à cette part d'inconnu, le projet doit être construit et mené selon une méthode rigoureuse.

**Un projet est soumis à des contraintes et à des freins :**

- Le temps,
- L'argent,
- Les contraintes internes (résistances, oppositions, risques internes) : évolution de la culture d'entreprise, inquiétude des équipes, risque de désorganisation...
- Les contraintes externes (menaces, risques venant de l'extérieur).

**Le management du projet.**

Le projet est sous la responsabilité d'un **responsable de projet** qui impulse et dirige. Les membres de l'**équipe projet** relaient, mais peuvent aussi être force de proposition et d'alerte (suivi, reporting).

Le responsable de projet aura à coeur d'inclure et de fédérer. Il veillera à la qualité du travail en mode projet :

- en stimulant l'intelligence collective,
- en décloisonnant les compétences,
- en fusionnant les talents,
- en garantissant les bonnes relations au sein de l'équipe,
- en harmonisant les charges de travail,
- en sécurisant les collaborateurs.

**Voici les principales étapes du déroulement d'un projet :**



**Un projet doit s'énoncer de façon claire et simple** (une ou deux phrases maximum). Un énoncé plus long révèle souvent un projet mal compris ou mal cerné.

**L'étape de l'analyse consiste à mener une étude d'opportunité ou de faisabilité :**

- Comprendre et analyser le contexte global du projet technique, juridique, commercial, financier, humain ;

- Analyser l'existant : des résultats commerciaux et des chiffres de l'entreprise, la concurrence, benchmark, bonnes pratiques, l'environnement et des fournisseurs, etc.
- Mener une étude de marché ;
- Affiner les opportunités et le projet lui-même.

L'étape de l'analyse amène à formuler des propositions et des objectifs précis pour le projet. La méthode du *brainstorming* peut être utilisée.

**La phase "action"** consiste tout d'abord à choisir les **indicateurs de réussite du projet** : chiffre d'affaires, taux de satisfaction client, indicateurs de processus (diagramme de Gantt), suivi des écarts, etc.

Durant la mise en oeuvre du projet, le responsable du projet organise les tâches, budgete et planifie ; il est garant de l'exécution des travaux.

**Le suivi de projet** consiste à piloter son avancement, en définissant des points de contrôle intermédiaires et en mesurant les résultats finaux :

#### 1. **Suivi des ressources humaines :**

- planification des ressources en compétences, en taux (100%, 50%), en temps (jours-homme),
- planification des ressources internes et externes : si des ressources externes sont mobilisés, des transferts de compétences seront à prévoir,
- le pilotage des ressources humaines du projet consiste à suivre l'adéquation des prévisions à la réalité, et à ré-évaluer les besoins en quantité et compétences.

#### 2. **Suivi des ressources matérielles et financières :**

- planification des ressources : budget et suivi budgétaire
- planification des ressources internes et externes : financement interne ou emprunt ?
- le pilotage des ressources matérielles et financières du projet consiste à suivre l'adéquation des prévisions à la réalité, et éventuellement à ré-évaluer les besoins.

La démarche qualité doit viser à l'amélioration permanente selon le principe PDCA (plan-do-check-act): prévoir, faire, vérifier, réagir.

**Source :** <https://www.creerentreprise.fr/etapes-gestion-de-projet/>

## Unité 8. LE MARKETING

### Texte A. Le marketing

Le nom francophone officiel à appliquer au **marketing** est **la mercatique**. Elle cherche à optimiser les services, offres de biens, idées ou design d'un produit (dans le sens large, services) par rapport aux attitudes, motivations, besoins ou envies des consommateurs en général.

Cette discipline dispose d'un ensemble de méthodes et de moyens afin d'apporter la satisfaction à un **public cible**, et ceci, le plus durablement et au plus grand nombre possible. Il sera une part, par sa créativité, des sources d'innovations participant à la croissance d'activité en favorisant la commercialisation ou la diffusion (dans le cas d'activités non lucratives).

#### Principe

L'approche marketing va segmenter le marché par types de clientèles, basées sur des études de marché afin d'appliquer à chaque segment sa propre stratégie marketing. La démarche marketing cherchera donc à mieux s'adapter au marché par l'analyse et l'écoute de celui-ci.

#### Petit historique du marketing

En France et au Royaume-Uni dès le XVIIe siècle et XVIIIe siècle, l'activité publicitaire subit un fort développement et lance les premières notions de marketing. C'est avec l'apparition de la production de masse que les grands industriels développent l'idée de favoriser la mentalité consumériste nécessaire à cette production massive. Avec la crise de 1929, l'intensification de la concurrence renforcera ce besoin.

*Charles Hoyt* édite son livre « La gestion scientifique de la force de vente généralisée » en 1912. En 1937, création de l'American marketing association (AMA) et le *Journal of marketing*. Après la Deuxième Guerre mondiale, le concept marketing met en place l'idée de placer le consommateur au premier plan. Ce concept est enrichi par des auteurs tels que *J. McKitterick, F. Borch, P. Drucker, R. Keith et Th. Levitt*. Et c'est en 1960 que le marketing devient une discipline du management qui recourt à l'application systématique des outils.

*Jerome McCarthy* mettra en place l'idée de Neil Borden **du marketing mix (« 4 P »)**. C'est une évolution des problèmes théoriques du marketing qui propose une segmentation du marché.

### **La règle des « 4 P » :**

- **Produit** : adaptation du produit, de l'offre ou d'une idée pour répondre aux motivations et attitudes de la clientèle.
- **Promotion et/ou publicité** : moyens d'améliorer la connaissance de l'existence et de la disponibilité d'une offre. Renforcer son intérêt et accroître son désir envers les consommateurs.
- **Prix** : positionner le produit par rapport aux autres offres.
- **Place / Distribution** : mettre des moyens et infrastructures pour mettre en avant l'offre.

**L'approche marketing** définit par produit tout ce qui s'échange par n'importe quel moyen. Chaque produit dispose d'une durée de vie, ou **cycle de vie**. La tendance est au raccourcissement de la durée de vie des produits par effets de mode, vitesse accrue des innovations, consumérisme, etc. Le produit est positionné dans un **segment stratégique** qui le rattache à une clientèle spécifique, identifie sa concurrence.

**La compétitivité passe par l'innovation** et donne un avantage à l'entreprise. La réduction des coûts de fabrication peut être le fruit d'innovations de procédés.

Pouvoir différencier un produit et bien l'identifier suppose le **développement d'une marque**. Signature de l'entreprise, elle permet un repère pour le consommateur et elle est protégée par la loi. **Le packaging**, ou conditionnement, qu'il soit dans le contenant (flacon par exemple), dans l'emballage (divers matériaux suivant les produits) ou les deux. Il est le premier élément qui doit représenter le produit dans ses caractéristiques et son identité.

La **publicité** doit convaincre et, par la force des choses, faire acheter. Elle va jouer sur la psychologie des consommateurs. Elle passe par les médias (mass-média) que sont internet, la presse écrite, la télévision, la radio, le cinéma et l'affichage. Elle est véhiculée par des agences de publicité qui conseillent les annonceurs (entreprises).

**La promotion** inclut différentes techniques, à savoir les réductions, les jeux, l'essai de produit ou la dégustation, les démonstrations, les échantillons, les ventes flash, foires ou publicité itinérante (événements sportifs). Le but est de pousser le consommateur, de le sensibiliser à un produit et stimuler la force de vente. C'est une opportunité pour les petites et les moyennes entreprises n'ayant pas forcément le budget d'une campagne publicitaire plus large.

**Source** : <http://www.marketing.fr/>

## Texte B. E-commerce

**E-commerce** (commerce électronique ou EC) est l'**achat** et la **vente** de **biens** et **services**, ou la transmission de fonds ou de données, sur un réseau électronique, principalement l'Internet. Ces transactions se produisent soit business to business (B2B), business to consumer (B2C), consumer to consumer (C2C) ou consumer to business (C2B). Les termes d'e-commerce et e-business sont souvent utilisés de manière interchangeable. Le terme e-tail est aussi parfois utilisé en référence à des processus transactionnels autour de la vente au détail en ligne.

E-commerce est effectuée en utilisant une variété d'applications, telles que le courrier électronique, fax, catalogues en ligne et les caddies, Échange de Données Informatisé (EDI), protocole de transfert de fichiers, et les services Web. La plupart de ces est business-to-business, avec certaines entreprises d'essayer d'utiliser e-mail et fax pour les annonces non sollicitées (généralement considéré comme spam) aux consommateurs et d'autres perspectives d'affaires, ainsi que d'envoyer des e-newsletters aux abonnés.

Les avantages de l'e-commerce comprennent sa disponibilité autour de l'horloge, la vitesse d'accès, une sélection plus large de produits et services, l'accessibilité et la portée internationale.

Ses inconvénients perçus comprennent service à la clientèle parfois limitée, ne pas être en mesure de voir ou de toucher un produit avant de l'acheter, et nécessité du temps d'attente pour l'expédition du produit.

Pour assurer la sécurité, la confidentialité et l'efficacité de l'e-commerce, les entreprises doivent authentifier les transactions commerciales, contrôler l'accès aux ressources telles que les pages Web pour les utilisateurs enregistrés ou sélectionnés, les communications de crypter et de mettre en oeuvre des technologies de sécurité telles que Secure Sockets Layer.

Le **e-merchandising** est un ensemble de techniques visant à augmenter les ventes en volume et en valeur d'un site e-commerce en répondant aux attentes des clients et en améliorant leur expérience d'achat en ligne.

### **Les composantes du e-merchandising**

Dès les années 60, la règle de « 5B » du Dr Charles Kepner, économiste américain définit les 5 éléments constitutifs d'un merchandising efficace. Cette règle a été complétée et on parle maintenant de proposer le bon produit, au bon prix, au bon moment, au bon endroit, au bon client, en bonne quantité et avec la bonne information.

Le **e-merchandising**, c'est donc :

- Le « Bon produit » : il s'agit ici de la notion d'assortiment, à savoir l'ensemble des produits proposés à vente sur votre site e-commerce.
- Le « Bon prix » : par « bon prix », il faut entendre le prix accepté par le marché, c'est-à-dire par les clients, tout en maintenant une marge suffisante.
- Le « Bon moment » : on parle ici de plan d'animation mais aussi de saisonnalité. En effet, on évite de valoriser des climatiseurs ou des barbecues en automne ou en hiver. Ces exemples sont volontairement absurdes mais vous découvrirez peut-être des saisonnalités sur des produits que vous vendez et dont vous n'auriez jamais soupçonné l'existence.
- Le « Bon endroit » : sur un site e-commerce, il s'agit de la hiérarchisation de l'information, de la navigation, mais aussi des mises en avant produits (« tête de gondole » sur les pages de résultats de recherche, page d'accueil, etc.), du cross-selling produits, etc. Bref, ce sont les différentes manières d'arriver au produit.
- Le « Bon client » : on parle de la personnalisation de la relation client.
- La « Bonne quantité » : la notion de disponibilité des produits est prépondérante et implique le taux de service et donc la satisfaction client.
- La « Bonne information / présentation » : on fait ici référence à la qualité de la base de données produits.

**Sources** : <http://cours-gestion.com/definition-commerce-electronique/>  
<http://marketing-et-ecommerce.com/definition-e-merchandising/>

## ПРИЛОЖЕНИЕ

### Методические рекомендации по работе с текстом

Рекомендуется работать с текстами учебно-методического пособия поэтапно и придерживаться следующего алгоритма.

#### Первый этап (ознакомительное чтение)

1. Прочитайте заголовок текста, постарайтесь понять, о чем сообщается в тексте.
2. Бегло прочитайте текст, чтобы ознакомиться с его основным содержанием. Старайтесь понять значения слов по контексту, смысл предложений по знакомым опорным словам, интернациональной лексике.

#### Второй этап (изучающее чтение)

1. Внимательно прочитайте абзац текста целиком, обращая внимание на незнакомые слова.
2. Выписывая незнакомые слова, обратите внимание на устойчивые словосочетания (глагол + существительное, прилагательное + существительное, существительное + предлог + существительное). Такие словосочетания рекомендуется выписывать целиком и заучивать наизусть.
3. При переводе незнакомых слов следует учитывать многозначность и вариативность слов. Исходя из общего содержания переводимого текста, необходимо из представленного в словаре множества значений русского слова выбрать наиболее подходящее.
4. Важное место при переводе текста имеют интернациональные слова, значение которых можно раскрыть без обращения к словарю, так как они имеют общие корни во многих европейских и русском языках.
5. Обращайте внимание на «ложные друзья переводчика»: слова, которые похожи на интернациональные, но имеют другое значение. Проверяйте, соответствует ли предполагаемое значение слова контексту.
6. Обращайте внимание на грамматическое оформление слов и предложений (настоящее / прошедшее / будущее время, страдательный залог, единственное / множественное число). При необходимости используйте справочные материалы.
7. Если смысл предложения или значение слова не соответствует контексту, еще раз прочитайте весь абзац – это поможет понять / восстановить смысловые связи.

8. Прочитайте переведенный отрезок текста еще раз, убедитесь, что достигли полного понимания его содержания.
9. Постарайтесь запомнить новые слова, термины и устойчивые сочетания.

### **Список использованных источников**

1. <https://business.toutcomment.com>
2. <https://www.petite-entreprise.net>
3. <https://www.compta-facile.com>
4. <https://www.creerentreprise.fr>
5. <http://www.marketing.fr/>
6. <http://www.toupie.org>
7. <https://fr.wikipedia.org>
8. <https://docs.school/blog/actualite/differents-types-marche-economie-10-01-2017.html>
9. <https://www.impots.gouv.fr/portail/international-professionnel/questions/quels-sont-les-principaux-impots-existant-en-france>
10. <https://www.rachatducredit.com/definition-impot-direct-et-indirect.html>
11. [https://www.hellolife.fr/article/quels-sont-les-principaux-indicateurs-economiques\\_a7267/1](https://www.hellolife.fr/article/quels-sont-les-principaux-indicateurs-economiques_a7267/1)
12. <http://www.peoi.org/Courses/Coursesfr/mac/mac6.html>
13. <http://www.cci-paris-idf.fr>
14. <https://www.usherbrooke.ca/ecole-gestion/departements/finance/informations/definition/>
15. <https://blog.wikimemoires.com/2011/05/types-des-credits-bancaires-cycle-de-vie-du-credit/>
16. <https://www.journaldunet.fr/management/guide-du-management/1201589-le-processus-de-recrutement/>
17. <http://cours-gestion.com/definition-commerce-electronique/>
18. <http://marketing-et-ecommerce.com/definition-e-merchandising/>