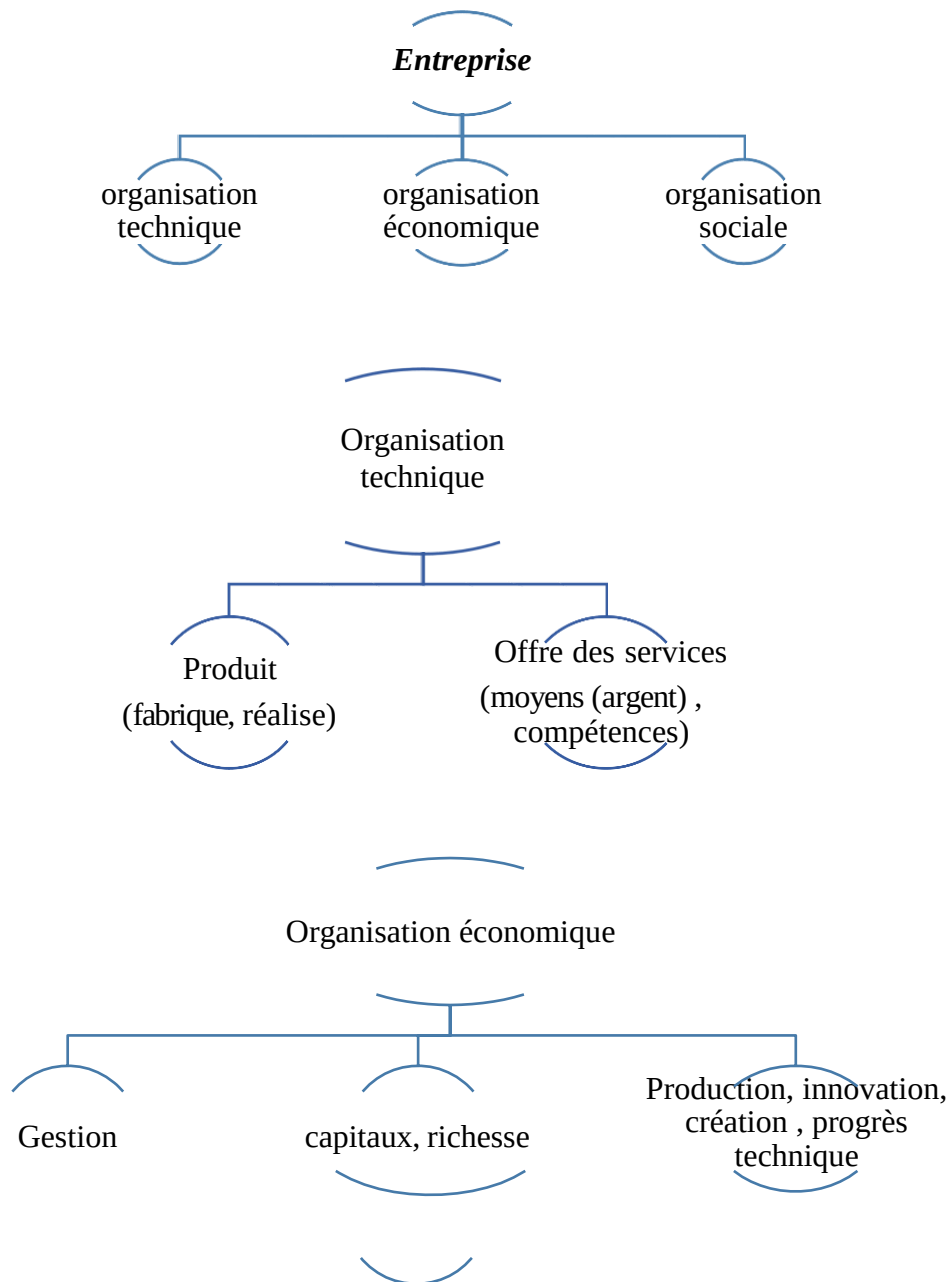
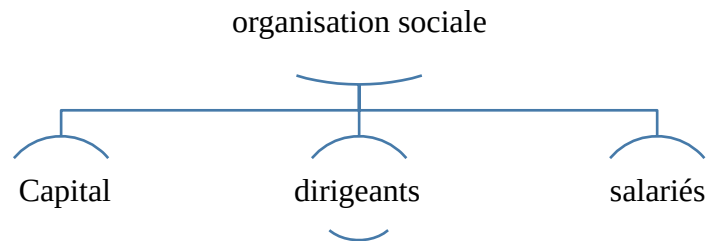


Chapitre 2 : Fonctionnement et organisation de l'entreprise

I . Organisation des entreprises

L'entreprise est une organisation mettant en œuvres différents moyens dans le but de produire et commercialiser des biens et services.





II . Les principales fonctions de l'entreprise

II.1. La fonction financière

Elle se charge de la **recherche et de l'octroi des ressources financières** dont l'entreprise a besoin pour garantir exp : le fonctionnement et modernisation de matériel

Comment : faire une **analyse** complète de la **situation financière** de l'entreprise périodiquement

II.2. La fonction technique

Elle se charge de la **gestion de l'ensemble des outillages et matériels** sans lesquels l'entreprise ne peut fonctionner. Elle **assure la qualité du travail permettant de transformer la matière première en produit fini** suivant les bonnes normes et les exigences de la clientèle ciblée.

II.3. La fonction sociale

Elle concerne le personnel. Le rôle de cette fonction a pour objectifs

- Elaboration des méthodes de gestion du personnel comme les procédés de recrutement, de rémunération, d'évaluation et autres,
- Mise en place de méthodes qui permettent d'atténuer les conflits entre les ressources humaines - l'intégration du personnel en le motivant par des formations, des programmes de promotion
- Mise en place des organes de revendications et autres qui représentent le personnel comme les syndicats, les délégués du personnel et autres.

II.4. La fonction approvisionnement

Elle est en rapport avec la gestion des achats et stockage

Gérer achats exp :

- Choisir les bons fournisseurs
- Préciser les produits à commander auprès des fournisseurs en se basant sur le rapport qualité/prix,

- Lancer ; recevoir et contrôler les commandes et faire le suivi,

Gérer le stock exp :

- Gérer le magasin (des matériels à utiliser, les documents)
- Faire des commandes avant la fin du stock : exp en matière première, produits consommables, matériels, pièces de rechanges

II.5. La fonction commerciale

- La maîtrise du marketing
- Vérification du marché et les changements qui affectent la production ou vente.
Assurer une bonne image sur la méthodologie du travail de l'entreprise, son management, la qualité des matières premières utilisées et chaque détail qui peut intéresser le marché ciblé.

