

THEME 3 : GESTION ET CREATION DE VALEURS

QDG	NOTIONS	CONTEXTE ET FINALITE
<p>Comment la gestion d'une organisation contribue-t-elle à la création de différentes formes de valeur ?</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Valeur sociale, création et répartition de la valeur ajoutée, taxe sur la valeur ajoutée - [...] - Valeur perçue : image de marque, notoriété, satisfaction, qualité 	<ul style="list-style-type: none"> - [...] - Utiliser des indicateurs simples pour mesurer la valeur perçue produite par l'organisation - [...]

Objectif

Ce document propose une piste d'utilisation du jeu sérieux dans le cadre d'une question de gestion : **Comment la gestion d'une organisation contribue-t-elle à la création de différentes formes de valeur ?**

Prérequis

La présentation du jeu et de ces modalités a été réalisée auparavant.
 Ici, on part du prérequis que les élèves ont déjà utilisé le jeu dans des séances préalables.
 Les élèves maîtrisent aussi l'accès aux données statistiques liées à leur entreprise.

Modèle de partie Simuland proposé

évolution de croissance normale
 produit à vendre : chaîne HIFI
 niveau 2 de complexité
 comptabilité experte oui

Remarques

L'idéal serait de capitaliser une utilisation de ce jeu tout au long de l'année.
 Toute la question peut être traitée à partir du jeu, si on le dote au départ des notions comptables attendues (bilan, compte de résultat). Tout dépend donc du paramétrage choisi au départ.
 Ainsi, la contextualisation et la prise en main de l'interface etc. sont réinvestis dans différentes séances.

Travail à faire après quelques cycles de jeu

A partir du tableau sur la valeur ajoutée

1. Retrouvez la formule de calcul de la valeur ajoutée.

Rendez-vous dans l'onglet « Marketing » :

2. Que se passe-t-il lorsque vous augmentez ou diminuez les dépenses de publicité ?
3. Expliquez pourquoi.
4. Réalisez les recherches suivantes : taux de notoriété assistée, spontanée.
5. Calculez la valeur de ces deux indicateurs pour votre entreprise à partir de l'annexe ci-après.
6. Pourquoi est-il important que la valeur perçue par les consommateurs soit bonne ?

ANNEXE

On vous communique le résultat d'une enquête menée sur des consommateurs du type de produit que vous fabriquez. Deux enquêteurs ont interrogé 100 consommateurs sur plusieurs jours et à des horaires différents.

Q1 : « Pouvez-vous citer une ou plusieurs marques qui fabriquent ce type de produit ? »

Réponses : 25 personnes ont cités votre marque.

Q2 : « Dans la liste suivante, quelle marque connaissez-vous ? »

Réponses : 43 personnes ont reconnu votre marque.