

MASTER 2 en Management et Administration des Entreprises
Session 2014-2015

Module : **Simulation de gestion** (Jeu d'entreprise SIMGEST)
Enseignant : **Sébastien Brion**, Maître de conférences, IAE Savoie Mont-Blanc

Objectifs et programme

Il s'agit d'un jeu de situation de gestion d'entreprise. Placées dans un univers concurrentiel, les équipes en compétition doivent gagner des parts de marché, maîtriser leur budget, éviter les grèves et satisfaire leurs actionnaires.

Les participants sont constitués en équipe de 4 à 5 et doivent gérer une entreprise multi-marchés. A partir d'une série de décisions (stratégique, marketing, production, ressources humaines, financement...) ce jeu met en évidence les tensions et les dilemmes issues de la gestion des différentes fonctions de l'entreprise. La simulation explore toutes les phases du cycle de vie du produit vendu sur les différents marchés.

Quelques exemples d'outils de gestion utilisés au cours du jeu :

- Le positionnement produit et le mix marketing ;
- Les outils de pilotage (prévision de volume de production, tableau de bord financier...);
- La gestion financière (Suivie de trésorerie, gestion de l'endettement, équilibres financiers...);
- Comptabilité analytique : analyse et contrôle des coûts...

Une connaissance du mix marketing est préférable. Au niveau financier, une maîtrise d'un certain nombre de concepts liés à l'équilibre financier sont requis (bilan fonctionnel, états de trésorerie, capacité d'autofinancement, effet de levier) et aux indicateurs de rentabilité sont un plus.

Quelques notions de calculs de coûts (coûts partiels notamment) et de gestion de production peuvent aider.

Les participants n'étant pas familiarisés avec les différents domaines de gestion cités ci-dessus, sont invités à consulter les quelques références bibliographiques données ci-dessous.

Evaluation

L'évaluation est composée de 4 notes séparées :

- une note de performance globale extraite du simulateur ;
- une note portant sur les documents à rendre au cours de la simulation ;
- une note de soutenance orale ;
- une note de rapport d'activité.

Bibliographie indicative

Marketing

- Sophie Delerm, Jean-Pierre Helfer et Jacques Orsoni. « [Les bases du marketing](#) », Vuibert, 2006
Lire : Partie 2, Chapitres 1 et 2 et Partie 3, Chapitre 2
- Lendrevie, Jacques;levy, Julien, « Mercator, Théorie Et Nouvelles Pratique Du Marketing (9e Edition), Dunod, Paris, 2009
Lire : Chapitre 15

Gestion financière et contrôle de gestion

- Jean Barreau, Jacqueline Delahaye, « Gestion financière DECF Epreuve 4 », Dunod, 2006
Lire : Chapitre 7 et 8
- Christian Goujet, Christian Raulet & Christiane Raulet, « Comptabilité de gestion », Dunod, Paris, 2007.
Lire : Chapitre 1, 17 et 18