

Cours 5.2: Analyse de l'influence des médias

Les parties prenantes

def; la RSE s'entend des relations qu'il entretienne avec l'ensemble des parties prenantes. Il ya les clients les salariés, les collectivités, les propriétaires et les investisseurs, les pouvoirs publics, les fournisseurs et les concurrents. La responsabilité sociale englobe les relations avec le personnel, services aux collectivités, les relations avec le personnel.

Partie prenante; tout individu ou tout groupe touché par vos activités ou exerçant une influence sur elles

Concept des parties prenantes et responsabilité des managers;

1. Identifier les parties prenantes
2. Comprendre comment l'entreprise perçoit chaque partie
3. Examiner comment chaque partie peut influencer l'entreprise
4. Synthèse opportunités et menaces
5. Classer les parties par leur degré d'influence
6. Préparer des programmes/politiques détaillant la gestion des parties

POUR:

- bonne gestion de l'entreprise
- ignorer les p.p. peut avoir des conséquences économiques importantes
- procure une approche systématique des attentes des p.p. et les réponses à ces attentes

CONTRE;

- problèmes de catégorisation
- Défis à rencontrer les attentes de tous les p.p. (conflits entre les attentes)
- Dilution de l'attention des managers par rapport à la performance de l'entreprise
- Difficile d'avoir une gouvernance partagée car culture de l'entreprise basé sur actionnaires

Les médias en tant que partie-prenantes;

- fait partie des responsabilités des gestionnaires
- légitimité dépend de la connaissance publique des évènements
- informations diffusés par les journaux, radios, télévisions et médias sociaux

Les médias et la RSE;

- RSE devient grand intérêt public, couverture dans les médias augmente

Propriétés des médias;

- Entreprises commerciales possèdent et exploitent les médias
- Problèmes; monopoles des journaux, favorise certaines entreprises par rapport aux autres, chaîne de journaux ciblée sur bénéfique et non professionnalisme, interverouillage entre médias imprimés et diffusé

Interaction entre entreprises et médias;

Plaintes des entreprises;

- reporters pas bien informés
- seulement intéressé par mauvaise nouvelle
- partialité inhérente
- ne pas respecter les commentaires off the record

Plaintes des médias;

- entreprises sont malhonnête
- disent qu'ils sont responsables que devant les actionnaires
- surréagir au processus du reportage

Nestlé

- Kit Kat et l'huile de palme (Greenpeace)
- engagement dans les réseaux sociaux pour se défendre
- impact positif, brand #12 au monde

National Geographic

- rachat de National Geographic par Rupert Murdoch
- il ne croit pas dans les changements climatiques
- impact potentiel sur la qualité de l'information reportés

Cours 6: Société civile comme partie prenante

Déf; organisation à but non lucratif et bénévoles créés par des individus dans la sphère sociale de la société civile

Objectifs; réalisation d'une oeuvre d'intérêt à but non-lucratif et rentres des services à leur adhérents

But; transformer politiques, normes ou structures sociales à l'échelon national/international

Société civile et distinctions avec segment économique et politique

Segment économique; compétition entre entreprises

Segment politique; secteur public, redistribution et règlements

Segment social; association plus petite, plus de femmes, accent sur bien public, gratitude

Les caractéristiques du secteur à but non-lucratif

- distinct du gouvernement, même si reçoit du financement de leur part
- autonomes et contrôles leurs propres activités
- organisation formelle, structure interne et gouvernance basée sur le domaine social
- surplus accumulés réinvestis dans la mission et activités de l'organismes
- dependent des bénévoles pour gestion et conseil d'administration ainsi que contributions
- existe pour servir l'intérêt public et répondre aux besoins de la population
- création de nouveaux emplois
- Importance du plan social, représentations des p. prenantes, contrôle des activités

Tactiques des ONG pour influencer les entreprises

- pressions sur les gouvernements pour changer politiques
- publicités dommageables
- protestations, boycotts, campagnes écrites
- procédures judiciaires, supports documentaires, sources alternatives

Stratégies pour les relations avec les ONG

- résistance à la capitulation ou à des actions préemptives
- concessions sélectives, ne percevoir un changement d'opinion ou de décision comme un défaite

- Engager des discussions et accords avec ONG réalistes et non radicales

Quatre points pour un partenariat durable;

- responsables de l'entreprise et ONG doivent faire preuve de Leadership
- Entreprise doit être ouverte pour évoluer et changer
- Cela doit être un véritable engagement à s'engager
- partenaires doivent avoir un but commun

Bénéfices d'un partenariat;

- amélioration de l'image de l'entreprise
- meilleure pénétration du marché
- possibilités d'innovations
- meilleures relations avec gouvernement et employés
- identifications des risques et opportunités

Grandes catégories des organismes à but non-lucratif

1. Le secteur bénévole

- organisme civique qui existe à l'échelle, locale, régionale, provinciale et nationale
- représente un large éventail d'intérêts soit des collectivités, groupes d'intérêts et milieux politiques (Santé, Éducation, culture)

2. Le développement économique communautaire

- gens s'organisent entre-eux pour prendre des mesures pour améliorer les possibilités économiques et conditions sociales dans leur collectivité, recherchent eux-mêmes la solution
- s'attaquer aux problèmes de la collectivité, soit chômage, pauvreté, emplois, environnement

3. L'économie sociale

- englobe tous les organismes et entreprises qui produisent des biens ou services avec un objectif social (hôpitaux)
- actifs dans un large éventail de domaines (garderie, culture, services à la jeunesse, tourisme,

4. Les coopératives

- organisation possédées et contrôlées par leurs membres
- accorde priorité aux besoins de leurs membres et à la qualité de vie de la collectivité

- poursuive une finalité économique et sociale et elle distribuent les profits excédentaires aux membres

5. L'entrepreneuriat social

- personne qui applique des technique d'affaires et gestion à la poursuite d'un objectif social
- organismes à but non lucratifs qui utilise le marché dans le but de générer des revenus pour des activités axées sur la mission de l'organisme, pour offrir avantages sociaux ou possibilités d'emplois

Quels sont les aspects les plus importants soulevées par les ONG aujourd'hui ?

- Droit des animaux (traitements équitables), technologie, économie, développement, droits humains, environnement, activisme religieux

Le recours aux politiques pour soutenir le secteur à but non-lucratif

- joue un rôle important en vue de stimuler l'innovation sociale au Canada en assurant la prestation des services.
- Politiques et solutions axées sur la dimension locale, Changement de l'économie vers le savoir et la technologies, compréhension des problèmes dans la collectivité
- Capital social, citoyenneté et démocratie. Contribue aux débats sur les politiques publiques par leur savoir et expertise, expressions de points de vues multiples

Défis du secteur à but non-lucratif

- Réduction du financement provenant des gouvernements
- augmentation de la demande de services à mesure que les gouvernements abandonner leur rôle traditionnel en matière de prestation des services
- nombre accru d'organismes à but non lucratif se faisant concurrence pour du financement
- Diminution des ressources administratives de base
- Diversification de ce secteur
- Difficultés de mesure de les efficacité par rapport aux objectifs

Cas Peta avec PFK

- PETA = people for ethical treatment of animals, défend doit des animaux pour qu'ils soit traités normalement
- organise des campagnes massives de protestations envers les entreprise (12 000 contre KFC)
- non-profit mais fait de plus de 34 millions

- KFC accusé de traitement inhumain des poulets (conditions d'élevage, abattage, vie épouvantables, cruauté)
- Suite au controverse KFC à , méthodes moins douloureuse de mort, meilleures conditions de vies pour poulets, sandwich végétarien, former un panel conseil,
- Même situation mais entreprise familiale ?

Greenpeace et Nestlé

Réponse initiale de Nestlé: a forcé le retrait de la vidéo de YouTube pour raisons de droits d'auteur

Réaction : déclenchement viral de critiques sur facebook et autres réseaux sociaux

Ré-apparition de la vidéo sur Vimeo

Challenge pour Nestlé: limiter immédiatement les dommages et chercher une solution pour l'approvisionnement à long terme d'huile de palme

Suspend donc son approvisionnement auprès de Sinar Mas (fournisseur d'huile de palme)

Entreprend un partenariat avec ForestTrust (ONG Non-profit) pour auditer ses fournisseurs et choisir ceux qui sont les plus responsables

Joint la table ronde pour une exploitation responsable de l'huile de palme

Crée une nouvelle division – Médias Sociaux – pour gérer son image médiatique d'entreprise "responsable"

Impacts de la Pollution

- 80% des forets ont été détruits
- 4 tonnes de CO2 par personne
- l'air polluer cause la mort de milliers de personnes
- Sables bitumineux de l'Alberta
- Déversements de Raw Sewage
- plastique dans les oceans

Actions du Sea shepherd contre la pêche à la baleine

- la chasse aux baleines est illégales dans les eaux de l'antarctique
- Japonais ignore cet régulation, alors les australiens essaie de leur mieux à les repousser

Cours 7: Étique des affaires

Étique des affaires

def; toute décision qui peut bénéficier à certains et nuire aux autres, cela affecte les droits de certains et nie les droits des autres

Six étapes de la prise de décision;

1. Définir le problème
 - Qui profite, qui est affectée, quels droits sont exercés, que fait-on de mal ?
2. Identifier les alternatives
3. Évaluer les alternatives
 - jugement de valeurs; évaluation subjective de ce qui est important
 - normes morales; moyens par lesquels le individus jugent les actions des autres
 - Téléologie = Décision plus grand bien pour plus grand nombre de personnes, accent sur conséquence, coût/avantage
 - Déontologie = Demander aux autres de faire la même chose dans de pareils circonstances, droits universels, obligation morale, accent sur les règles/devoirs
 - Étique vertueuse = Décision ouverte, honnête véridique, justice, courage, accent sur le caractère moral
4. Mettre en oeuvre la décision
5. Évaluer la décision prise

Influences sur le comportement étique;

- influences s'est la base de tous les jugements et valeurs individuelles d'une personne

Trois niveau de l'évaluation de l'implication étique;

1. Prise de conscience des implications étiques des décisions commerciales
2. Évaluation basée sur des influences (jugement de valeurs, but, normes)
3. Évaluation fondée sur l'utilisation de principes étiques fondamentaux pour évaluer les résultats des décisions de l'entreprise

Recensement des problèmes d'étiques; comportement abusif, mensonge aux employés, vol, falsification, tromperie, sexual harassment, privacy breach, fraud

Étique dans le milieu de travail

Employés dans leur milieu de travail;

- fidélisation des employés; engagement des employés envers l'organisation, loyauté envers les employés
- Engagement des employés; engagement émotionnel et intellectuel envers l'organisation (engagement conduit à des meilleurs résultats)
- Facteurs qui encourage l'engagement sont bénéfiques, paye, individus, reconnaissance, opportunités, managers, etc..
- Loi protègent les renseignements personnels des employés
- Discrimination = traitement préférentiel sur des bases qui ne sont pas liées aux qualifications du poste ou du rendement (race, genre, nationalité, âge, apparence)
 - Loi sur l'équité en matière d'emploi; traitement juste et égal employés
 - gestion de la diversité; va au-delà de la loi

Consommateurs et consommation;

- Droits des consommateurs; prendre décision en sécurité dans un environnement sain
- Souveraineté du consommateur; dictent les biens et services nécessaires, font leurs propres choix
- préoccupations; coût élevée, publicités trompeuses, produits dangereux
- consommateurs exigent attention accrue en RSE
 - Alimentation (biologique, commerce équitable)
 - Vêtement (coton biologique)
 - Cosmétiques (sans expérimentation animale)

Concurrents et compétition;

- concurrence est nécessaire pour une économie de marché efficace mais peut conduire à des pratiques douteuses
- Causes; économie mondiale féroce, tactiques agressives et cycle de produit court
- Influence gouvernementale; loi sur la concurrence, conspiration, truquage des offres, prix d'éviction
- Facteurs; dérèglementation, technologie, entrepreneuriat, tendances mondiales

Fournisseurs et chaîne de valeur;

- Chaîne d'approvisionnement; matière première, transformation en bien intermédiaires puis en produit fini, livraison par distribution et élimination par le consommateur
- Responsabilité du producteur; étendue à la phase post-consommation du cycle de vie d'un produit
- Entreprise à entreprise; société vend ses biens à une autre société
- Loi sur la concurrence empêche
 - discrimination des prix, maintenance des prix, refus de fournir et négoce exclusif

Cas 1 = Falsification

Changer les données qui disent que la compagnie s'est que le médicament est dangereux

Cas 2 = Mensonge

Ne pas dire aux acheteurs de la maison qu'il ne pourront pas construire de quai

Cas 3 = Tromperie

Ne pas dire a votre travail que le billet n'était seulement que 50 pas 200

Cas 4 = Tromperie

Ne pas dire à des gens qui s'abonnent au gym, que le gym va fermer dans 3 semaines

Cas 5 = Vol

Détruire la note qui appartient à quelqu'un d'autre pour qu'il manque son interview

Cas 6 = Corruption

Accepter des bribes d'une compagnie en échange de leurs donner un contrat

Cas 7 = discrimination

Discrimination si on choisi le canadien malgré les meilleures qualifications de l'égyptien

Cas 8 = Vol/Conflit/ Délit d'initié

Employé donne des documents confidentiels de son employeur précédent à une compagnie concurrente

Cas 9 = Tromperie/Intégrité

Jack a trouvé que l'automobile n'est pas au standard nécessaire, et ne le dit pas au constructeur

Cours 8: Innovations technologiques

C'est à partir des connaissances que se créent toutes les innovations et que ces dernières permettent d'améliorer la compétitive des entreprises des pays, par l'accroissement durable de leur PIB et l'innovation

Économie de la connaissance;

Connaissance; ce qui est connu aux niveau de l'entreprise, au niveau de ses membres(individus et groupes) et au niveau de l'organisation (base de données)

Importance de la connaissance;

- une ressource inépuisable et partageable qui se développe à travers la socialisation
- facteur de production, cohésion, créativité sociale, autonomie individuelle et puissance
- c'est un bien public et privé à obsolescence rapide (renouveler régulièrement)

La gestion des connaissances;

- processus d'apprentissage, création, transformation et circulation des connaissances explicites et tacites dans un contexte donnée et soumis à la logique managériale

i. Données

- résultat d'une mesure obtenue effectuée à l'aide d'un instrument naturel ou construit, mesure qualitative ou quantitative

ii. Information

- ensemble de données recueillies qui doit être organisé afin de former un message, s'exprime sous plusieurs propositions

iii. Connaissance

- Rationaliste; raisonnement basé sur une logique rationnelle de manière déductive en mobilisant les concepts, les théories et les principes fondamentaux.

- Empirique ; ensemble de nos expériences qui permet d'accéder à la connaissance de manière inductive, expérimentation est source de création

Deux types de connaissance;

La discussion des connaissances favorise l'apprentissage et l'innovation

- i. Explicite; transmissible facilement dans un langage formel, systématique
- ii. Tacite; personnel et liée au contexte, difficile à formaliser et communiquer (Écrire)

Transfert des connaissances;

- concept vaste qui englobe les étapes de création de nouvelles connaissances ainsi que la diffusion et l'absorption de celles-ci
- plus facile de transférer les connaissances explicites que tacites

- échanges efficaces fondées sur une interaction entre des individus
- doit se faire au moment le plus pertinent pour que chacun puisse accomplir ses tâches efficacement
- Entreprises, chercheurs et autres doivent s'échanger des connaissances

Intra-organisationnel; une unité est affecté par un autre unité

Inter-organisationnel; une organisation est affectée par l'expérience d'une autre organisation

Recherche pratique; milieu académique et les centres de recherches diffusent les résultats de leurs recherches aux milieux de la pratique

L'innovation;

1. Production d'un bien nouveau
2. Introduction d'une nouvelle méthode de production
3. Innovation marketing; ouverture d'un nouveau marché, nouvelles façon de distribuer
4. Découverte d'une nouvelle source de matière première ou de produit
5. Introduction d'une nouvelle organisation, modification majeur d'une structure de marché

La diffusion d'une innovation;

- def; correspond à la manière dont les innovations se répandent après leur toute première application par l'intermédiaire de mécanismes de marché
- la diffusion des innovations au niveau du marché peut permettre à d'autres d'entreprises d'acquérir les connaissances nécessaires pour entraîner d'autres innovations

Facteurs qui influent sur la décision d'inscrire l'innovation au coeur de la stratégie d'entreprise;

1. Caractéristiques structurelles
 - composition sectorielle, contrôle étranger, taille de l'entreprise
2. Intensité de la concurrence
 - situation des concurrents d'une entreprise sur le marché est le facteur décisif la poussant à choisir de faire ou non de l'innovation une stratégie principale
3. Climat pour les nouvelles entreprises
 - grandes entreprise; joue un rôle crucial dans l'innovation routinière et progressive qui améliore la productivité
 - petite entreprise; axée sur l'entrepreneuriat et à la source d'innovations radicales
4. Politiques publiques
 - conditions macroéconomiques; fiscalité, dettes

- coût des affaires au Canada, commerce international
 - propriété intellectuelle
 - soutien direct des gouvernements à l'innovation
5. Ambition de l'entreprise
- influence de l'histoire, culture de l'entreprise, innovations, et stratégies

Les modèles d'innovations;

1. Linéaire

- i) Recherche fondamentale
- ii) Recherche appliquée
- iii) Développement technologique
- iv) Développement produits
- v) Production
- vi) Commercialisation

2. Le système ouvert

- i) Recherche et développement interne
- ii) Partenariats/sous traitance de R & D
- iii) Achats et cession de licences
- iv) spin in and out
- v) acquisitions et désinvestissements
- vi) Résultats

Comment stimuler l'innovation;

1. Préserver la stabilité économique et favoriser concurrence
2. Faciliter la diffusion des TIC
3. Stimuler la recherche fondamentale (financement public/transfert de connaissances)
4. Investir dans le capital humain (formations)
5. Favoriser l'accès au capital risque et stimuler l'entrepreneuriat

Systèmes d'innovation et clusters au Canada

def; système interactif entre entreprises publiques et privés, d'universités et de gouvernement axée sur la production scientifique et technologique (commercial, juridique, social, financier, etc.)

Facteurs favorisant les systèmes d'innovations;

- system éducatif, laboratoires, financement gouvernementales, secteur privé, système légal, politiques d'investissements

Fonctions du gouvernement;

- élaboration de politique et réglementation
- financement, rendement et perfectionnement des ressources humaines, infrastructures

Régions comme système d'innovation;

- collectivité dotée d'un pouvoir décisionnel au sein de la nation
- raison; emergence de clusters et district technologique, compétition internationale

Avantages des économies régionales

- proximité, transmission su savoir, réseau fondé sur la confiance, capital social
- importances des ressources locales
- fournir une explication alternative à la compréhension de l'innovation

Trois facteur de développement régional;

1. Économie d'agglomération
2. Effets d'entraînement de la connaissance
3. Culture locale et contexte institutionnel

Concepts de clusters;

- cluster industriel; masse critique en interaction dans un domaine d'activité particulier, sur une zone géographique limitée
- Silicon Valley, Bangalore, Route 128

Cluster : Émergence et mode de constitution

1. Création des entreprises pionnières

2. Création d'un ensemble de fournisseurs, d'entreprises et de marché spécialisé
3. Création de nouvelles organisation au service des clusters
4. Attraction d'entreprises de l'extérieur, d'ouvriers qualifiés et terrain fertile pour entreprise locale
5. Création d'atouts relationnels non-marchands qui favorise la libre circulation de l'information
6. Période de déclin pour les grappes car des situation de blocage peuvent intervenir

Programme d'aide à la recherche industrielle

Le Centre national de recherche Canadien

- mettre à la disposition des entreprises des brevets

Secteurs d'activités;

- Recherche et développement et stratégique
- Services techniques et consultatifs
- Programme d'aide à la riche industrielle (PARI)
- Infrastructure scientifique

PARI

- vision; être le premier choix des entreprises canadiennes en vue de l'aide à la recherche pour transformer leurs idées en succès commercial
- mission; accélérer la croissance des petites/moyennes entreprises en leur donnant des services d'innovations et du financement
- présent dans tous les provinces (120 établissements)
- budget = 300 millions, 200 organisations partenaires
- finance un projet s'il considère qu'il est profitable au pays
- 1\$ du pari = 10\$ dans économie (PIB)

L'avantage du PARI;

CTI —> Relations —> présence locale —> réseau —> agent bien investi —> (cercle)

Cours 9: La culture et le monde des affaires

Le concept de culture

Importance;

- croissance du commerce entre les cultures
- globalisation des marchés

Définition;

- culture se réfère aux valeurs des individus et aux croyances partagées qui distinguent les membres d'un groupe à un autre
- envisagée comme manifestation inconsciente de l'esprit humain

Aspects cultures;

- chaque individu a des modes de pensées qui sont le résultat d'un apprentissage continu
- programmation commence dans la famille, école, jeunes amis
- culture est un phénomène collectif, partagés en partie avec ceux qui nous entoure
- étude des différences de culture doit être à partir d'une attitude de relativisme
- fondements; (individu, entreprise, industrielle, nationale)

Spécificités de la culture;

- est globale; composantes matérielles, mentales et comportementale
- est socialement partagé; pays, régions, entreprises, écoles, famille
- est apprise et transmissible
- est évolutive (sinon elle risque de disparaître)
- socialisation; correspond à l'apprentissage de la culture d'une personne au niveau de la société
- acculturation; correspond au changement de culture d'un individu

Éléments de la culture

Croyances; partagés par les membres d'une communauté

Valeurs; particularités culturelles de chaque consommateur

Normes; ensemble de prescription régissant la vie en société, définissant des règles

Lois et règlements; normes formalisés

Coutumes et conventions; norme implicites, cachés dans une culture

Mythes et Légendes; histoires qui exprime valeur clés d'une société

Rituels; exprime des valeurs, grand niveau de conscience et symbolisme

Sacré et profane; objets ou comportement que l'on vénère

Langue; signes et symboles qui définissent communication

Religion; ensemble de croyances à caractère sacré

Stéréotype national; image d'une pays forger par la réputation de leur comportement

Analyse de la culture au niveau international

Études comparatives;

- comparaison des consommateurs de différents pays met en évidence l'existence de différences notables de comportement

Comportments, codes et cultures;

- membres d'une même culture partage informations, méthodes de codage et accès à l'information
- 10 % transmis par la langue 90% non verbale

Contexte de communication et différences;

faible contexte; cultures dont les fondements sont constitués par la communication formelle

fort contexte; cultures dont les gestes et le contexte sont aussi importants sinon plus que la communication formelle

Rôle du langage au niveau international;

- important pour la recherche d'informations
- permet accès aux sociétés locales
- aptitudes linguistiques fondamentales pour la communication

Les 5 dimensions Hofstede;

1. Distance hiérarchique

- degré d'acceptance de inégalité en pouvoir

2. Contrôle de l'incertitude

- acceptation de risque
- trois composantes; règles, stabilité emploi, stress dans la vie quotidienne

3. Masculinité vs Féminité (valeurs)

- valeurs de réussite et possession vs environnement social (femme)

4. Individualisme vs collectivisme

- degré d'indépendance des membres d'une société

5. Orientation temporelle

- court vs long terme

Conclusion

Connaissance factuelle; évident et peut être appris

Connaissance interprétée; capacité de comprendre et accepter les différences culturelles

Sensibilité culturelle; pas de bonne ou mauvaise culture, apprécie toutes les cultures

Résistance aux changements

- comment arriver à des changements
- déterminer les facteurs en conflit
- tenter de changer ou adapter ses facteurs obstacles
- avoir une attitude proactive

EX; travail des femmes dans des sociétés masculines comme l'Arabie Saoudite

EX; IMAGE DE PAFUM

- Arabie saoudite (main de la femme douce envers l'homme, l'homme domine la femme)
- Europe (main de la femme domine l'homme)

Cours 10: Environnement mondial et développement durable

Mondialisation

- def; processus de contrainte croissante sur les interactions entre les différents pays
- économique; intégration de marchés fragmentés dans une économie mondiale
- politique; processus par lequel les relations de pouvoir mondial change, perte de souveraineté
- sociale; émergence d'un système culturel mondial

Mondialisation économique;

- processus d'intégration de marchés qui résulte la libération des échanges..
- concerne les effets suivants;
 - convergences des marchés, styles de vie
 - convergence vers système capitaliste
 - interdépendance de la production
 - révolution des technologies de l'information
 - réduction des temps de transport
 - délocalisation des entreprises/ maximisation de la chaîne de valeur

Les nouveaux acteurs de la mondialisation

1. Le pouvoir industriel des entreprises
 - capacité de produire et de transformer et d'évoluer dans l'espace économique mondial
2. Le pouvoir financier des institutions
 - manipulation du capital et influence sur les activités économiques et politiques
 - spéculation et investissements
3. Les médias
 - défendent les opinions socio-économiques
 - émergence de réseaux planétaires CNN, MTV
4. Le pouvoir politique des pays
 - protection sociale et réglementations
 - compromise par mondialisation car; dissimulation des opérations, taxes lieu et revenu

Les vecteurs de la mondialisations

1. Les investissements directs étrangers
 - mondialisation influencé par IDE car 1/3 du commerce mondial
 - def; investissements direct à l'étranger afin de vendre dan ce pays, produire et vendre dans ce pays ou produire afin de réexporter les produits dans d'autres pays
2. Le développement des chaînes de valeur d'une entreprise
 - ensemble complet des activités requises pour mener un produit de sa conception à son utilisation finale (conception, marketing, soutien au consommateur final)

- accompli par une ou plusieurs entreprises, dans une ou plusieurs régions

3. Le rôle clé des entreprises multinationales

- multinationale contrôle des unités de production situés dans plusieurs pays
- majorité de ses actifs sont hors du pays d'origine
- main d'oeuvre est de provenance diverses
- monde entier devient le marché cible
- forme un groupe de compagnie
- gestion, financement et R & D global

Avantages et désavantages de la mondialisation

Transformation des marchés et de la compétition;

- exigences plus complexes des consommateurs, compétition globale et réduction du cycle de vie des produits

Transformation de la technologie;

- transformation des communications, technologie est un outil de création de valeur
- standardisation des échanges d'informations
- avènement du commerce électronique

Transformation pratiques d'affaires et de gestion;

- entreprises prennent conscience de l'impact de leur relations avec leurs clients et fournisseurs sur leur rentabilité
- client est au centre des nouveaux processus d'affaires

Avantages de la mondialisation;

- spécialisation augmente la productivité et le niveau de vie
- augmentation des salaires dans les pays pauvres
- meilleur accès aux produits étrangers (plus large gamme de produits, possibilité de croissance rapide pour les entreprises)
- circulation rapide de la technologie (améliore le bien-être)
- Circulation plus libre des capitaux (financer plus facilement l'expansion)

- diminution des prix des biens et services

Désavantages de la mondialisation;

- gouvernements doivent renoncer à certains instruments de développement régional
- délocalisation des entreprises
- diminution des salaires des individus non qualifiés
- destruction des emplois manufacturiers

Stratégies d'entreprises canadiennes

Stratégies; faire seul, faire faire, faire ensemble, ne pas faire, ou ne plus faire

Délocalisation;

- désigne une forme de substitution de la force productive étrangère à celle nationale
- avantages; Tirer profit des avantages comparatifs de chaque pays
- en faveur; pression pour réduire coût et augmenter profit, accès à marchés attrayants
- Défavorisant; barrières opérationnelles, échelle insuffisante, aspects culturels, barrières structurelles
- Délocalisation pour atteindre de nouveaux marchés
- Délocalisation pour avoir accès à des équipements et technologies
- Délocalisation pour survivre; trop grand compétition

Problématique sociales environnementales et éthiques liés à la globalisation

Globalisation et implication des entreprises;

- dommages à l'environnement
- soutien aux régimes oppressifs
- critiques des pratiques de commercialisation
- commerce des armes
- traitement des employés
- traitement des peuples autochtones
- modification génétique des plantes et animaux
- corruption

Cas Rana Plaza;

milliers de morts dans des sous-traitants d'entreprises de vêtements, absence de règles et respect des conditions de travail et sécurité (banana republic, joe fresh, Mango)

Le prix élevé des bas salaires;

- les 85 personnes les plus riches possèdent la même richesse que les 50% inférieurs du monde

Obstacles spécifiques pour les entreprises globales: Corruption

def; abus de pouvoir confié à un profit privé, faire des paiements douteux, pots de vin

trois types de corruption;

- corruption de politiciens
- corruption de fonctionnaires publics de bas niveau pour accélérer les choses
- utilisation de relations personnelles ou familiales pour obtenir des contrats publics