



**Eléments de corrigé examen de passage
Session Juin 2014**

Filière : Technicien Spécialisé en Commerce

Corrigé : Synthèse 2

THEORIE :

(40 points)

Dossier 1 : (20 points)

1.

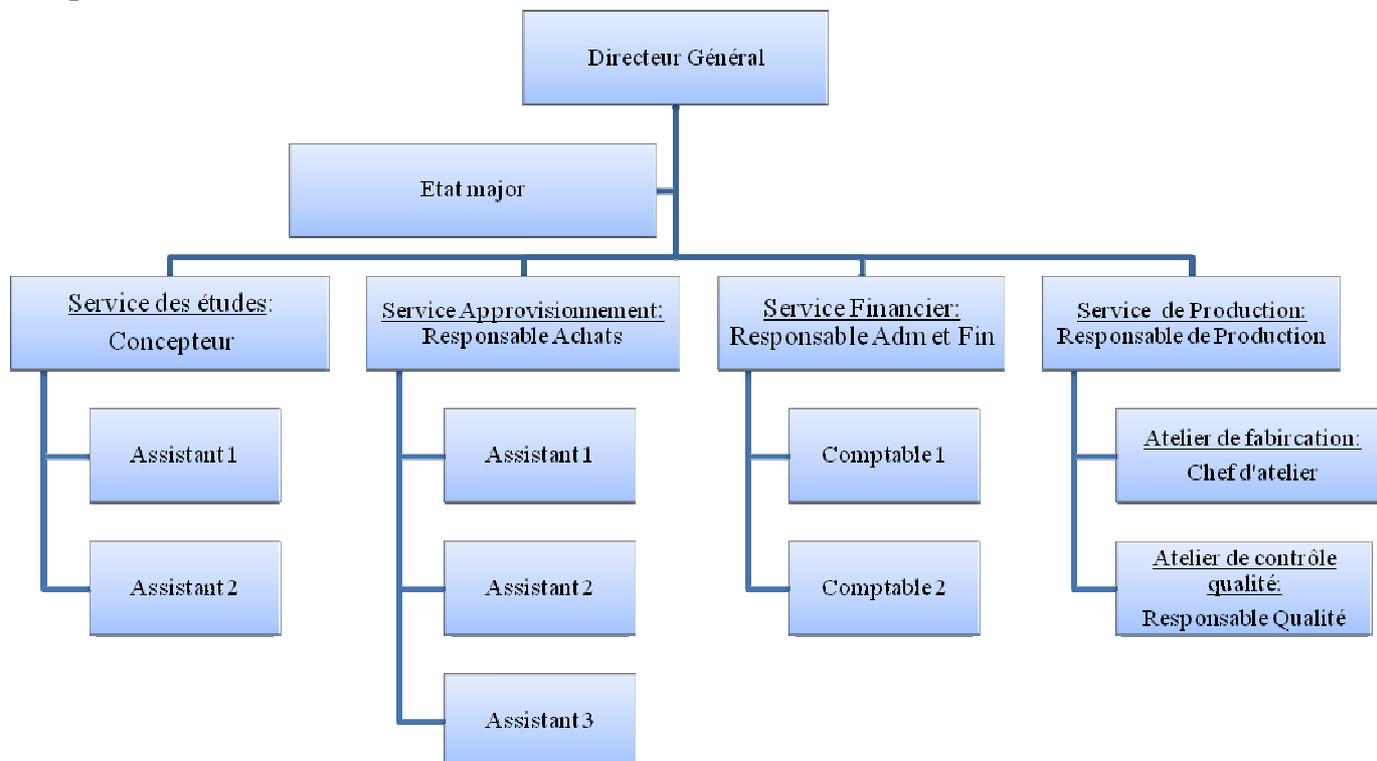
L'activité principale de l'entreprise est la production de produits agroalimentaires. **(1 point)** Son secteur d'activité est le secteur secondaire. **(1 point)**

2.

- L'organigramme : est une représentation schématique des liens fonctionnels, organisationnels et hiérarchiques d'un organisme, d'une entreprise... **(1 point)**

- L'entreprise : est un agent économique dont la fonction principale est la production et/ou la commercialisation de biens et services pour la satisfaction des besoins des clients. **(1 point)**

3. **(5 points)**



4.

L'Etat major a un rôle de conseiller (**1 point**)

5.

Il s'agit d'une structure hiérarchico-fonctionnelle/ staff and line. (**1 point**) Elle repose sur l'unité de commandement formée par les chefs hiérarchiques. Mais ces derniers doivent tenir des suggestions et des recommandations des responsables ou des conseillers. (**1 point**)

6.

Avantages : Une telle structure présente les avantages issus des deux structures dont elle est le résultat. Ainsi, elle permet au dirigeant et aux directeurs de bénéficier de l'assistance des chefs de services, eux-mêmes conseillés par des spécialistes, selon le domaine d'activité de chacun. Ainsi, le pouvoir décisionnel garde une certaine unité, tout en étant polyvalent. La gestion de l'entreprise sur le long terme se fait par les directeurs opérationnels, et celle des opérations sur le court terme se fait par directeurs fonctionnels, avec une coordination continue. (**2 points**)

Inconvénients : Outre le manque de prise d'initiative de la part des directeurs fonctionnels, dont la tâche se limite à assister les directeurs opérationnels sans prendre de décisions, une structure staff & line présente le risque de conflits entre les salariés (exécutants) et leurs supérieurs hiérarchiques directs. Ces derniers, dont le rôle est celui d'intermédiaire entre les dirigeants et les subordonnés du bas de l'échelle, doivent assurer la communication intra-hiérarchique, tâche souvent difficile à effectuer. (**2 points**)

7.

Service des études : Recherche et innovation : que produira l'entreprise pour répondre aux attentes du marché ?, étude du produit, conception et mise au point des produits nouveaux, amélioration des produits existants, description et dessin du produit, réalisation d'un prototype, essais. (**1 point**)

Service Financier : met en œuvre les capitaux. Elle commande la circulation des capitaux à l'intérieur de l'entreprise et les échanges des capitaux avec l'extérieur. (**1 point**)

Service d'Approvisionnement : Comment accroître l'efficacité de l'approvisionnement d'une e/se? Il s'agit d'analyser des contraintes qui constituent autant d'objectifs pour la politique d'approvisionnement. Puis de rechercher et sélectionner les fournisseurs en fonction des besoins de l'entreprise. (**1 point**)

Service de Production : Elle décrit l'ensemble des combinaisons de facteurs que le chef d'entreprise peut utiliser afin de produire des quantités variables de produit tout en évitant le gaspillage (**1 point**)

Dossier 2 : (20 points)

1. (7 points)

Produit	Caractéristiques	Avantage	Preuve
	TECHNIQUES : <ul style="list-style-type: none"> • Poids plume : 302 g • Capacité : 8 Go + 1 Go RAM • Ecran tactile. • Plusieurs formats de vidéo supportés. 	-Légèreté -Stockage de données importantes - Confortable et nouveau - Praticité, utilisation variée	-Essai -Démonstration -Essai -Démonstration
	COMMERCIALES <ul style="list-style-type: none"> • Dernière technologie. • Prix : 3500 Dh payable en 2 tranches. • Vente exclusive en magasins spécialisés. 	-Nouveauté inédite - Bon rapport qualité/prix avec facilité de paiement -Qualité, conseil, prestige	-Témoignage -Témoignage -Référence

2.

(6 points)

Caractéristiques	SONCAS
- Poids Plume - Ecran tactile - Dernière technologie - Capacité - Prix payable sur deux tranches - Vente en magasins spécialisés	- Confort - Nouveauté - Nouveauté - Confort - Argent - Sécurité/orgueil

3.

(7 points)

Objection	Réponse
C'est trop coûteux !	Trop coûteux par rapport à quoi ?
Je ne suis pas vraiment convaincue !	C'est le cadeau d'anniversaire préféré des mamans. Rien que ce matin on vient d'en vendre 4.
Ça ne rentre pas dans mon budget !	Quel est donc votre budget ?
Je viens de voir le même article chez votre concurrent !	Voulez-vous que je vous explique la différence ?
Je vais y réfléchir...	Si vous voulez réfléchir c'est qu'il y a certainement encore des points que vous voulez éclaircir.
Je souhaite prendre l'avis du directeur avant de prendre une décision.	Je pourrais vous rappeler dans l'après midi ?

A vrai dire... j'ai l'habitude de travailler avec votre concurrent

En quoi est-ce que son offre est différente de la notre ?

PRATIQUE :

(80 points)

Dossier 3 : (40 points)

Sous dossier 1 : Marketing (20 points)

1.

Marque: est un signe distinctif qui permet au consommateur de distinguer le produit ou service d'une entreprise de ceux proposés par les entreprises concurrentes. **(0,5 point)**

Produit: est tout ce qui est vendu sur un marché, bien ou service, afin de satisfaire les besoins des consommateurs. **(0,5 point)**

2.

Les segments à qui s'adresse l'entreprise sont : bébés entre 6 mois et 1 an et les enfants de 1 à 5ans. **(0,5 point)** Le critère choisi est l'âge : il s'agit d'un critère sociodémographique. **(0,5 point)**

3.

Le produit se trouve en phase de lancement **(1 point)**

4.

- Le prix : élevé → prix d'écémage **(1 point)**

- La distribution : sélective. **(1 point)**

5.

L'ampleur de la gamme = 17 produits **(1 point)**

6.

Il s'agit d'une stratégie de distribution intensive. **(1 point)** Le principal avantage est la proximité du client, la disponibilité et l'accessibilité du produit, augmentation de la notoriété... **(1 point)**

7.

La stratégie de prix adoptée est l'alignement **(1 point)** compte tenu de la concurrence déjà installée sur le marché. **(1 point)**

Partie II : (10 points)

Le questionnaire doit répondre aux objectifs assignés au niveau de l'énoncé. Il faut noter la structure, la présentation et la rédaction du questionnaire.

Sous dossier 2 : Merchandising (20 points)

1.

Produits	Stock moyen = SF+SI/2 (1 point)	Coef rotation = Qtité vendue/SM (1 point)	Tx de rotation =Coût d'achat de mses vendues/SM en rayon (1 point)	Démarque Inc = (Stock réel- Stoch théorique)xPA (1 point)	Tx de D. Inc= Démarque/CA (1 point)
A	7 048	0,88	13,20	300	0,3%
B	5 801	1,45	31,86	2 134	1,2%
C	7 838	0,47	11,64	1 475	1,6%
D	4 242	1,86	42,83	1 978	1,1%

2.

La démarque inconnue provient des vols et de la casse de la clientèle et du personnel. Pour lutter contre ce phénomène, le magasin doit sensibiliser son personnel, responsabiliser les chefs de rayons et mettre en place un système de sécurité avec caméras de surveillance pour limiter les dégâts de la clientèle. (1 point)

3

Marques	PAHT	PVHT (2 points)	Marge brute unitaire (2 points)	Part du linéaire en mètre	% du linéaire (2 points)	% MB (2 points)	Indice de sensibilité MB (2 points)	Sens de Décision (2 points)	Nouveau Linéaire (2 points)
A	15	<u>20</u>	<u>5</u>	2,5	<u>25%</u>	<u>17,65%</u>	<u>0,706</u>	<u>Diminution</u>	<u>1,76</u>
B	22	<u>29,33</u>	<u>7,33</u>	3	<u>30%</u>	<u>25,87%</u>	<u>0,862</u>	<u>Diminution</u>	<u>2,59</u>
C	25	<u>33,33</u>	<u>8,33</u>	1,5	<u>15%</u>	<u>29,40%</u>	<u>1,96</u>	<u>Augmentation</u>	<u>2,94</u>
D	23	<u>30,67</u>	<u>7,67</u>	3	<u>30%</u>	<u>27,08</u>	<u>0,902</u>	<u>Diminution</u>	<u>2,71</u>
TOTAL			28,33	10	100%	100%			10

1. Calcul du PVHT

Taux de marque= 25%

TM= MB/PVHT *100

TM= PVHT-PAHT/PVHT * 100

TM*PVHT=PVHT-PAHT

PVHT=PAHT/(1-TM)

PVHT=PAHT/0,75

Dossier 4 : (20 points)

Sous dossier 1 : Arithmétique commerciale/ Documents commerciaux (10 points)

1. & 2.

Proposition 1	Calculs
Coût d'achat Brut	37 500
Remise	1 500
Net Com	36 000
Escompte	720
Net Fin	35 280
Frais de livraison	450
Coût d'achat	35 730

Proposition 2	Calculs
Coût d'achat Brut	37 500
Remise 1	750
Net Com 1	36 750
Remise 2	1 102,5
Net com 2	35 647,5
Frais de livraison	-
Coût d'achat	35 647,5

3- L'offre la plus intéressante est celle qui présente le coût d'achat le moins élevé c'est la proposition N°2.

FACTURE DOIT 1 (2,5 points)

« **Entreprise Arôme** »
Proposition N°1

Réf	Description	P.U	Qté	Prix Total HT
BTEC001	Boîtes d'emballages colorés	8	1 500	12 000
BVC037	Bocaux en verre pour compote	5	1 700	8 500
BIT091	Bouteilles iso-thermiques	10	1 700	17 000
Prix Total HT				37 500
Remise 4%				1 500
Net Commercial				36 000
Escompte 2%				720
Net Financier				35 280
Frais de livraison				450
Net à payer HT				35 730
TVA				7 146
Net à payer TTC				42 876

FACTURE DOIT 2 (2,5 points)

« **Entreprise Arôme** »
Proposition N°2

Réf	Description	P.U	Qté	Prix Total HT
BTEC001	Boîtes d'emballages colorés	8	1 500	12 000
BVC037	Bocaux en verre pour compote	5	1 700	8 500
BIT091	Bouteilles iso-thermiques	10	1 700	17 000
Coût d'achat Brut				37 500
Remise 1				750
Net Commercial 1				36 750

Remise 2	1 102,5
Net Commercial 2	35 647,5
Frais de livraison	-
Net à payer HT	35 647,5
TVA	7 129,5
Net à payer TTC	42 777,0

Sous dossier 2 : Statistiques (10 points)

1. L'unité statistique : Le client. (0,5 point)
Le caractère étudié : le revenu (0,5 point)
La nature du caractère : quantitatif continu (0,5 point)
2. (0,5 point)

Revenu en Dh	Effectif	Fréquence	FCD	Cci	xini	xi ²	nixi ²
[0 - 1 000[89	14,83%	100,00%	500	44500	250000	22250000
[1 000 - 2 000[98	16,33%	85,17%	1500	147000	2250000	220500000
[2 000 - 3 000[<u>75</u>	12,50%	68,83%	2500	187500	6250000	468750000
[3000 - 4000[82	13,67%	56,33%	3500	287000	12250000	1004500000
[4 000 - 5 000[79	13,17%	42,67%	4500	355500	20250000	1599750000
[5 000 - 6 000[91	15,17%	29,50%	5500	500500	30250000	2752750000
[6 000 - 7 000[86	14,33%	14,33%	6500	559000	42250000	3633500000
Total	600	100%			2081000		9702000000

3.
29,5% des personnes ont un revenu supérieur à 5 000 Dh(2 points)

4.
La moyenne=3 468,33 (2 points)
La variance = 4 140 687,011 (2 points)
L'écart type = 2 034,86 (2 points)

Dossier 5 : 20 points

1. (10 points : 1 point par opération)

5161	7111	Caisse	2 Janvier	12 000	12 000
			Vente de marchandises		
			Facture N A130		
2340	5141 5161	Matériel de transport	3 Janvier	25 000	12 500 12 500
			Banque		
			Caisse		
			Achat d'une voiture		
5161 3421	7111	Caisse Clients	4 Janvier	3 000 3 500	6 500
			Vente de marchandises		

		Facture N A131			
		5 Janvier			
4411	5141	Fournisseurs	Banque	5 000	5 000
		Chèque bancaire N125309			
6111	5141	6 janvier		4 000	4 000
		Achat de marchandises			
		Facture N70			
		7 Janvier			
3421	7111	Clients	Ventes de marchandises	3 200	4 200
5161		Caisse		1 000	
		Facture N132			
		12 Janvier			
3421	7111	Clients	Ventes de marchandises	700	2 200
5161		Caisse		1 500	
		Facture NA 134			
		14 Janvier			
3421	7111	Clients	Ventes de marchandises	3 000	4 100
5146		Chèques postaux		1 100	
		Facture N A 135			
		15 Janvier			
5161	3421	Caisse	Clients	7 500	7 500
		Encaissement espèce			
		16 Janvier			
6131	5141	Location et charges locatives		3000	3000
		Chèque N			

2. (6 points)

Fournisseur	
	30 000.00 (SI)
5 000.00	

25 000.00
SC

Client

7 000.00 5 (SI)	7 500.00
3 500.00	
3 200.00	
700.00	
3 000.00	

9 900.00 SD

Banque

23 000.00 (SI)	12 500.00
	5 000.00
	4 000.00
	3 000.00

1 500.00 SC

Caisse

9 000.00 (SI)	12 500.00
12 000.00.	
3 000.00	
1 000.00	
1 500.00	
7 500.00	

21 500.00
SD

3. (4 points)

Bilan au 16/01/2014

Actif	Montant	Passif	Montant
Fonds commercial	13 000	Capital Social	60 000
Constructions	30 000	Résultat de l'exercice	22 000
Matériel de bureau	10 000	Emprunts A.E.C	20 000
Matériel de transport	25 000		
Stocks de marchandises	18 000		

Clients	9 900	Fournisseurs	25 000
Chèques postaux	1 100	Banque	1 500
Caisse	21 500		
Total	128 500	Total	128 500