

Corrigé examen de PASSAGE
Session juin 2018

Filière : Technicien Spécialisé en Commerce

Corrigé : Synthèse 1

Niveau : Technicien Spécialisé

Durée : 5 heures

Barème : 120 Points

Consignes au correcteur :

- Ce corrigé est élaboré à titre indicatif,
- Eviter de sanctionner doublement le stagiaire sur les questions liées,
- Pour les questions théoriques, apprécier toute réponse cohérente du stagiaire,
- Le stagiaire n'est pas tenu de fournir des réponses aussi détaillées que celles mentionnées dans le corrigé,

THEORIE :

(40 points)

1- Définir les termes gras soulignés (3 points)

Production : activité qui apporte de la valeur ajoutée par la réalisation de biens et de services. Elle consiste à transformer des facteurs de production (matières premières, produits intermédiaires, main d'œuvre, énergie...) en produits destinés à être commercialisés sur le marché. **(1 point)**

Recherche et développement : processus qui combine des moyens en personnel et en matériel pour aboutir à des innovations comme la mise en œuvre de nouveaux procédés, la création de nouveaux produits. **(1 point)**

Menaces: Contraintes et influences négatives provenant de l'environnement de l'entreprise. **(1 point)**

2- Citer le secteur d'activité et branche d'activité de « TALEs Maroc SA »? Justifier la réponse «TALES Maroc SA» appartient au **secteur secondaire comme il s'agit d'une entreprise industrielle disposant d'une entité de production. **(1,5 points)****

Cette entreprise opère sur la branche **industrie automobile**. **(1,5 points)**

3- Comment appelle-t-on la structure choisie par « TALEs Maroc SA »? Quels sont ses avantages et inconvénients ? **(3 points)**

Structure choisie : Structure divisionnelle (1 point)	
Avantages (1 point)	Inconvénients (1 point)
- Divisions évaluées et contrôlées sur une base financière commune ; - Résultats suivis et contrôlés séparément...	- Compétences techniques difficilement transmissibles d'une division à une autre - Manque de collaboration entre les divisions...

4- Quelles sont les raisons qui ont poussé l'entreprise à choisir cette structure ? (1 point) Citer les autres éléments déterminants dans le choix de la structure. (1,5 points)

La raison qui a poussé l'entreprise à choisir ce type de structure est la technologie. Les autres éléments sont : la formation des dirigeants, la taille de l'entreprise, l'environnement.

5- A partir du texte, identifier trois (03) éléments du macro-environnement influençant le marché de l'automobile (1,5 points) Déterminer son type. (3 points) Distinguer les opportunités et les menaces. (1,5 points)

Elément du macro-environnement	Type de macro-environnement	Opportunité/Menace
- Montée des prix des carburants - Développement technologique - Les dangers que représente la pollution de l'environnement sur l'avenir de notre planète	- Economique - Technologique - Ecologique	- Menace - Opportunité - Opportunité

6- Quel est l'impact de l'augmentation de la capacité de production sur les ressources humaines de l'entreprise? (1,5 points)

L'augmentation de la capacité de production impliquera les actions suivantes sur les ressources humaines:

- La **formation** des ouvriers à l'usage des nouvelles machines et méthodes ;
- Le **recrutement**, formation et intégration de nouveaux éléments

7- Chacune des divisions dispose d'un département financier ainsi qu'un département commercial. Détailler le rôle de ces deux (02) fonctions : (2 points)

Fonction financière	Fonction commerciale
- Donner des informations sur la situation financière de l'entreprise - Faciliter la prise de décision en regroupant et synthétisant des données économiques: - Trouver les capitaux nécessaires au développement de l'entreprise	- Découverte des attentes des consommateurs - Réalisation des actions Marketing - Prospector (chercher) des clients - Présenter le produit et l'entreprise - Négocier et effectuer la vente - Encaisser le prix et faire le SAV...

Dossier 2 : Marketing fondamental (20 points)

1- Définir les termes gras soulignés (3 points)

Produits : Il s'agit d'un bien ou service commercialisé en vue de satisfaire le consommateur

Marché : Le lieu de rencontre entre l'offre et la demande relatives à un produit.

Positionnement : la place qu'occupe le produit dans l'esprit du consommateur.

2- Quels sont les freins qui empêchent les marocains d'acheter les véhicules électriques? (2 points)

Les freins empêchant les marocains d'acheter des véhicules électriques sont : la peur de la technologie, la panique face à un moteur électrique, le coût du voyage ...

3- Quelle est la nature des critères de segmentation choisis par l'entreprise ? (2 points)

Critère géographique et critère sociodémographique

4- Identifier le segment cible de l'entreprise pour son véhicule « TALES 190 »? (2 points)

Le véhicule « TALES 190 » est adressé aux : jeunes actifs, à petit budget et vivant dans les grandes villes.

5- L'entreprise a effectué des études avant de lancer son produit:

a- Quelle est l'utilité d'une étude de marché ? (1 point)

L'étude de marché a pour objectif de collecter, analyser et traiter des informations afin de prendre des décisions marketing.

b- Quelle est la différence entre étude quantitative et étude qualitative ? **(2 points)**

L'étude quantitative consiste à décrire un phénomène et répond à la question « combien ? ».

L'étude qualitative consiste à étudier les motivations et les freins des consommateurs et répond à la question « pourquoi ? »

6- Le véhicule « TALES 190 » vient d'être introduit sur le marché marocain:

a- De quelle phase du cycle de vie s'agit-il? **(1 point)** Justifier **(1 point)**

Il se trouve en phase de lancement. IL vient d'être introduit sur le marché en parallèle avec la COP 22.

b- Quel est l'impact cette phase du cycle de vie sur la politique de prix et la politique de communication de l'entreprise ? **(2 points)**

- Prix : d'écrémage afin de récupérer les frais de la recherche et développement
- Communication : informative. Elle consiste à informer le client sur le nouveau produit et ses caractéristiques.

7- Identifier le positionnement du nouveau véhicule « TALES 190 » **(2 points)**

Le véhicule « TALES 190 » a le positionnement suivant : véhicule élégant disposant de diverses options de confort et de hautes performances techniques

8- Quelle est la politique de distribution choisie par l'entreprise? Justifier **(2 points)**

La société « TALES Maroc SA » opte pour une distribution sélective comme elle commercialise ses véhicules auprès de concessionnaires sélectionnés

PRATIQUE : **(80 points)**

Dossier 3 : Techniques de vente (15 points)

1- Lors de votre période de stage, vous entendez les déclarations et questions des visiteurs du showroom TALES. Identifier les mobiles d'achat (SONCAS) pour chacune d'elles. **(4 points)**

NB : Tableau à rendre avec votre copie d'examen

Expressions	Mobiles d'achat
a- « Quel serait le prix du carburant à consommer pour 250 km? »	Argent
b- « Je cherche un véhicule avec des sièges confortables et ajustables »	Confort
c- « Je veux une voiture unique et préfère les matériaux luxueux comme le cuir »	Orgueil
d- « La TALES 190 dispose-t-elle du dernier GPS avec écran tactile?»	Nouveauté

2- Présenter quatre (04) arguments de vente selon la méthode CAP en vous appuyant sur la fiche technique ci-dessus de la TALES 190 **(8 points)**

2- Construire un argumentaire de vente selon la méthode CAP en vous appuyant sur la fiche technique de la TALES 190. - Accepter les réponses claires, pertinentes -

Caractéristiques	Avantages	Preuves
1- (0,5 point)	 (0,75 point)	 (0,75 point)
2- (0,5 point)	 (0,75 point)	 (0,75 point)
3- (0,5 point)	 (0,75 point)	 (0,75 point)
4- (0,5 point)	 (0,75 point)	 (0,75 point)

(0,5 point)	(0,75 point)	(0,75 point)
-------------	--------------	--------------

3- Les objections suivantes ont été soulevées par des clients. Votre encadrant vous demande de préciser le type d'objection en renseignant le tableau ci-dessous: **(3 points) NB :**

Tableau à rendre avec votre copie d'examen

Objection	Type d'objection
a- La carrosserie TALEs me paraît très fragile	Sincère
b- Je dois demander à ma femme, c'est elle qui décidera	Prétexte
c- J'ai vu pareil l'autre jour chez votre concurrent mais à moindre prix	Prétexte

Dossier 5: Approvisionnement (10 points)

1- En quoi consiste la méthode FIFO ? (0,5 point) **Établir la fiche de stock selon la méthode FIFO (0,5 points / Opération)**

FIFO : First In, First Out. C'est une méthode de gestion de stock qui consiste à faire sortir la marchandise qui est entrée en premier.

Fiche de stock: FIFO

Date	Libellé	Entrées			Sorties			Stock		
		Qté	PU	Montant	Qté	PU	Montant	Qté	PU	Montant
01/09/2017	Stock initial							800	30	24 000
06/09/2017	Sortie				160	30	4 800	640	30	19 200
08/09/2017	Entrée	480	29,5	14 160				640 480	30 29,5	19 200 14 160
13/09/2017	Sortie				350	30	10 500	290 480	30 29,5	8 700 14 160
19/09/2017	Sortie				290 30	30 29,5	8 700 885	450	29,5	13 275
26/09/2017	Entrée	470	37	17 390				450 470	29,5 37	13 275 17 390
30/09/2017	Sortie				290	29,5	8 555	160 470	29,5 37	4 720 17 390
30/09/2017	SF							160 470	29,5 37	4 720 17 390

2.

a. La différence entre un cadencier et une fiche de stock : **(2 points)**

- La fiche de stock : document (souvent tenu par le magasinier) permettant de suivre par article stocké les mouvements affectant l'existant en magasin. Il comprendra donc des renseignements permanents (désignation précise, localisation, code, point de commande...), la date des entrées et des sorties notées en quantité avec indications de la référence des documents ayant justifié les mouvements, et le stock restant qui en découle.

- Le cadencier : document sur lequel sont enregistrées les informations se rapportant à une marchandise, depuis la commande au fournisseur jusqu'à la vente au client.
- b.

Produit	Semaine du 04/01/2016 au 10/01/2016				Semaine du 11/01/2016 au 17/01/2016				Semaine du 18/01/2016 au 24/01/2016				Semaine du 25/01/2016 au 31/01/2016				S*
	S	C	L	V	S	C	L	V	S	C	L	V	S	C	L	V	
Pare-brise	13	20	18	24	7	22	22	25	4	20	18	15	7	21	20	22	5
Rétroviseur	7	12	12	16	3	15	14	12	5	13	10	12	3	10	8	8	3

* Stock au début de la semaine du 27/01/2018

Ventes = S.I + L – S.F (S.I. de la semaine suivante)

Dossier 6 : Merchandising (20 points)

- 1- Calculer l'indice de sensibilité à la quantité vendue **(5 points)**
- 2- Quelle est la décision à prendre ? **(2,5 points)** Proposer un nouveau linéaire pour chaque marque **(2,5 points)**

Désignation	Quantités vendues	LD actuel (2,5 pts)	% Qté Vendue	% LD	IS (Qté vendue) (2,5 pts)	Décision (2,5 pts)	Nouveau linéaire (2,5 pts)
REPALINE	1200	2	31%	13%	2,335	Aug	4,67
RED SOL	870	4	23%	27%	0,846	Dim	3,39
TALES	350	3	9%	20%	0,454	Dim	1,36
MIXELIN	460	3	12%	20%	0,597	Dim	1,79
DBS	975	3	25%	20%	1,265	Aug	3,79
Total	3855	15	100%	100%			15,00

- 3- A quoi sert le calcul des indices de sensibilité ? **(1 point)** De quel type de merchandising s'agit-il ? **(1 point)**

Il sert au contrôle et à la réallocation des linéaires. Il s'agit du merchandising de gestion.

- 4- Quelles sont les caractéristiques des niveaux de présentation 1 et 3 ? **(2 points)**
- 5- « TALEs Maroc SA » projette de promouvoir ses tapis. Elle a ainsi présenté diverses références sur les **têtes de gondole** au niveau de la grande surface spécialisée et compte également mener diverses actions sur la **zone de chalandise**.
 - a- Définir les termes soulignés **(2 points)**
 - Tête de gondole : meuble de présentation servant à mettre en avant les produits en promotion.
 - Zone de chalandise : aire d'attraction commerciale d'où provient la clientèle potentielle
 - b- Décrire l'assortiment d'une grande surface spécialisée en largeur et profondeur **(2 points)**

La grande surface spécialisée propose un assortiment de produits **étroit** mais **très profond**

- c- Proposer des actions de communication que l'entreprise pourrait utiliser à l'intérieur du magasin et à l'extérieur du magasin. **(2points) Apprécier la réponse des stagiaires : PLV, ILV, E-mailing, Publipostage...**

DOSSIER 6 : CALCULS COMMERCIAUX / STATISTIQUES / 20 POINTS

PARTIE 1 : CALCULS COMMERCIAUX (10 POINTS)

1- Calculer le prix d'achat net . (2 points)

PA Net HT = PA Brut HT * Tx Remise * Tx Escompte = 35 500 * (1-3%) * (1-1,5%) = 33 918,48

2- Calculer le prix de revient d'achat HT . (2 points)

**Prix de revient d'achat = PA Net HT + Frais de transport = PA Net HT + (PA Net HT * 0,05)
= 33 918,48 + (33 918,48*0,05) = 35 614,40**

3- Calculer le prix de vente HT. (2 points)

Nous savons que: Le taux de marque (Tx Mq) = MB / PV HT = (PV HT – PRA HT) / PV HT
 $\Leftrightarrow$ PV HT = PRA HT / (1 - Tx Mq)

Nous disposons des données suivantes: Tx Mq = 15% et PRA HT = 35 614,40
Donc : **PV HT = 35 614,40 / (1 - 0,15) = 41 899,29DH HT**

4- Calculer le prix de vente TTC. (1 point)

Puisque le PV HT= 41 899,29 DH HT et le taux de TVA appliqué est de 20%
Donc : **PV TTC = PV HT * (1+20%) = 41 899,29 *1,2 = 50 279,15 DH TTC**

5- Calculer le coefficient multiplicateur permettant de passer du prix d'achat HT au prix de vente TTC. (1 point)

Le coefficient Multiplicateur = PV TTC / PA HT = 50 279,15 / 33 918,48 = 1,4823

6- Trouver ces valeurs nominales sachant que la somme des escomptes est égale à 195,00 DH. (2 points)

Nous savons que : $t_1 = t_2 = 4,80$; $n_1=36j$ et $n_2=39j$

Posons le système suivant :

$$\begin{cases} e_1 + e_2 = 195 \\ V_2 = V_1 / 4 \end{cases} \Leftrightarrow \begin{cases} (V_1 * t_1 * n_1 / 36\,000) + (V_2 * t_2 * n_2 / 36\,000) = 195 \\ V_2 = V_1 / 4 \end{cases}$$

$$\begin{cases} (V_1 * 5 * 35 / 36\,000) + (V_2 * 5 * 50 / 36\,000) = 195 \\ V_2 = V_1 / 4 \end{cases} \Leftrightarrow \begin{cases} (175 V_1 / 36\,000) + (250 V_2 / 36\,000) = 195 \\ V_2 = V_1 / 4 \end{cases}$$

Remplaçons V_2 par sa valeur en fonction de V_1 :

$$\begin{cases} (175 V_1 / 36\,000) + (250 V_1 / (4 * 36\,000)) = 195 \\ V_2 = V_1 / 4 \end{cases} \Leftrightarrow \begin{cases} ((4 * 175 V_1 + 250 V_1) / (4 * 36\,000)) = 195 \\ V_2 = V_1 / 4 \end{cases}$$

$$\begin{cases} (950 V_1 / 144\,000) = 195 \\ V_2 = V_1 / 4 \end{cases} \Leftrightarrow \begin{cases} V_1 = 144\,000 * 195 / 950 \\ V_2 = V_1 / 4 \end{cases} \Leftrightarrow \begin{cases} V_1 = 32\,000,00 \\ V_2 = 8\,000,00 \end{cases}$$

Vérification :

$$e_1 = 32\,000 * 4,8 * 36 / 36\,000 = 153,44 \quad \text{et} \quad e_2 = 8\,000 * 4,8 * 39 / 36\,000 = 41,56$$

$$e_1 + e_2 = 153,44 + 41,56 = 195 \text{ DH}$$

PARTIE 2 : STATISTIQUE (10 POINTS)

Consommation électrique KWh / 100 Km	Nombre de véhicules (n_i)	x_i	$x_i n_i$	f_i en %	F_i en % cum croi	$(x_i - \bar{X})$	$(x_i - \bar{X})^2$	$n_i (x_i - \bar{X})^2$
[05 - 07[	10	6	60	9,09	9,09	-4,055	16,439	164,393
[07 - 09[	13	8	104	11,82	20,91	-2,055	4,221	54,875
[09 - 11[	57	10	570	51,82	72,73	-0,055	0,003	0,170
[11 - 13[	24	12	288	21,82	94,55	1,945	3,785	90,835
[13 - 15[	6	14	84	5,45	100	3,945	15,567	93,400
Total	110		1 106	100			40,015	403,673

1) Préciser la population étudiée, le caractère étudié et sa nature ?

- La population étudiée : 110 véhicules électriques (0,5 point)
- Le caractère étudié est: La consommation électrique (0,5 point)
- sa nature : Quantitatif continu (0,5 point)

2) Tracer l'histogramme de cette série statistique (2 points)

Accepter tout graphique répondant aux caractéristiques de l'histogramme :

- Egalité des classes (largeur des rectangles)
- Emplacement des données sur les axes (Effectif sur l'axe des ordonnées et modalités sur l'axe des abscisses)
- Valeurs numériques identiques à celles de la série statistique ...

3) Calculer et interpréter la moyenne arithmétique (1,5 points)

$$\bar{X} = \frac{\sum(n_i \cdot x_i)}{\sum n_i} = \frac{1106,00}{110} = 10,055$$

4) Déterminer le mode et donner sa signification

- La classe modale est : [09 - 11[(0,5 point)
- $Mo = L_1 + [d_1 \cdot I / (d_1 + d_2)] = 9 + [(57-13) \cdot 2 / ((57-13) + (57-24))] = 10,143$ (1 point)
- **10,143 KWh** est la consommation électrique **la plus fréquente** parmi les véhicules étudiés. (0, 5 point)

5) Quelle est l'étendue de cette série statistique ? (0,5 points)

- L'étendue ou l'intervalle de variation est comme suit :
- $\Delta = \text{Valeur Maximale} - \text{Valeur minimale} = 15 - 5 = 10$

6) Quel est le pourcentage des véhicules ayant une consommation inférieure à 11 KWh?

- En calculant les fréquences relatives : $f_i = n_i / N$, nous trouvons que :
- Le pourcentage des véhicules ayant une consommation **inférieure** à 11 KWh est de **72,73%** (0,5 points)

7) Calculer le coefficient de variation et commenter la dispersion de la série

- La variance : (1point)

$$\sigma^2 = \frac{\sum n_i (x_i - \bar{X})^2}{\sum n_i} = \frac{403,6}{110} = 3,6698$$

- L'écart type: (0,5point)

$$\sigma = \sqrt{\sigma^2} = 1,9157$$

- $i = 1,91 / 10,05 \cdot 100 = 19\%$ (0,5 point)

Il s'agit d'une série à **faible** dispersion

DOSSIER 7 : COMPTABILITE GENERALE (15 POINTS)

1) Dresser le bilan d'ouverture de cette succursale : **3points**

BILAN DE LA SOCIETE 01/01/2018

Actif	Montant	Passif	Montant
Actif Immobilisé	2 550 000	Financement Permanent	3 380 000
Fonds Commercial	1 200 000	Capital Social	2 420 000
Matériel de transport	850 000	Emp auprès des Ets de crédits	960 000
Mobilier de bureau	250 000		
Matériel Informatique	250 000		
Actif Circulant Hors Trésor	50 000	Passif circulant Hors Trésorerie	120 000
Marchandises	50 000	Dettes sur acquisition des immob	120 000
Trésorerie - actif	900 000	Trésorerie - Passif	0
Banques	600 000		
Caisses	300 000		
Total	3 500 000	Total	3 500 000

2) Enregistre les opérations au journal de l'entreprise : **12points**

0/1

2230	Fonds Commercial	1 200 000		
2340	Matériel de transport	850 000		
2351	Mobilier de bureau	250 000		
2355	Matériel Informatique	250 000		
311	Marchandises	50 000		
5141	Banques	600 000		
5161	Caisses	300 000		
	1111 Capital Social		2 420 000	
	1481 Emp auprès des Ets de crédits		960 000	
	4481 Dettes sur acquides immob		120 000	
	Selon bilan d'ouverture			
	2/1			
2355	Matériel informatique	11 000		
5141	Banques		2 000	
1486	Fournisseurs d'immobilisations		9 000	
	Facture n° 932 Chèque n°953			
	4/1			
2111	Frais de Constitution	12 000		
5141	Banques		12 000	
	Reçu n°346 Chèque n°954			
	6/1			
5161	Caisses	100000		
5141	Banques	120000		
3421	Clients	120 000		

1pt

1pt

0,5pt

1pt

	7111	Ventes de marchandises Facture n° 932 Chèque n°837 9/1		340 000	
6583	5161	Pénalités et amendes fiscales ou pénales Caisses Reçu n°112 12/1	4500	4 500	0,5pt
6111	5141	Achats de marchandises Banques	340 000	120000	1pt
	5161	Caisses		80000	
44111		Fournisseurs Adam Facture n° 5798 Chèque n°955 13/1		140 000	
2510	5141	Titres de participation Banques Chèque n° 956 15/1	90 000	90 000	0,5pt
5141	4421	Banques Clients - avances et acomptes reçus sur commandes en cours Chèque n° 233 18/1	150 000	150 000	0,5pt
6134	5141	Primes d'assurance Banques Chèque n° 957 D°	9000	9 000	0,5pt
6141 6	5161	Documentation technique Caisses 19/1	3 200	3 200	0,5pt
1481 6311	5141	Emp auprès des établissements de crédits Intérêts des emprunts et dettes Banques Avis de débit n°4567 24/1	45000 40 000	85 000	0,5pt
4411 1	5161	Fournisseurs Adam Caisses 50%de la dette fournisseur D°	70 000	70 000	0,5pt
6161 1	5161	Taxe urbaine et taxe d'édilité Caisses Taxe urbaine et taxe d'édilité 26/6	1 200	1 200	0,5pt

6125 1	5141	Achats de fournitures non stockables Banques Facture n°494 Chèque n°958 D°	12 000	12 000	0,5pt
6145	5141	Frais postaux et frais de télécom Banques Facture n°890 Chèque n°959 28/1	4 900	4 900	0,5pt
5141	7381	Banques Intérêts et produits assimilés Avis de crédit n° 3250 29/1	50 000	50 000	0,5pt
3421 1	7111	Clients Faquiri Ventes de marchandises Avoir n°6755 30/1	30 000	30 000	0,5pt
6171 6174	5161	Rémunération du personnel charges sociales Caisses Rémunération du personnel	80 000 16 000	96 000	0,5pt
		Totaux	4 808 800	4 808 800	11 Pts

3) Sachant qu'au 31/01 le stock de de marchandises s'élève à 120 000dh, présenter les écritures nécessaires. (1points)

31/1					
6114	3111	Variation des stocks de marchandises Marchandises Pour solde du stock initial D°	50 000	50 000	0,5pt
3111	6114	Marchandises Variation des stocks de marchandises Constatation du stock final	120 000	120 000	0,5pt
		Totaux	170 000	170 000	1 Pt

