



OFPPT

www.ofppt.info

مكتب التكوين المهني وإنعاش الشغل

Office de la Formation Professionnelle
Et de la Promotion du travail

Direction de la Recherche et de l'Ingénierie de la Formation

Examen de PASSAGE
Session juin 2014

Filière : Technicien Spécialisé en Commerce

Épreuve : Synthèse 2

Niveau : Technicien Spécialisé

Durée : 5 heures

Barème : 120 Points

Document(s) et Matériel(s) autorisés :

Liste des comptes du plan comptable général, à l'exclusion de toute autre information.
Une calculatrice de poche à fonctionnement autonome

Document(s) et Matériel(s) strictement interdits :

L'usage des téléphones portables
L'utilisation des feuilles de brouillon personnelles ou non cachetées

Conseils pour la réussite de votre examen :

1. Inscrivez votre identification complète sur chaque feuille d'examen
2. Reproduisez le tableau suivant sur la première page de votre feuille de réponse
3. Commencez vos réponses à partir de la deuxième page
4. Procédez à la pagination des pages des copies de réponse
5. Recopiez le N° du dossier pour chacune des réponses correspondantes
6. Assurez-vous d'avoir reçu la totalité des pages de l'épreuve
7. NB : Les deux parties : Théorie et Pratique sont à traiter obligatoirement pour éviter la note éliminatoire.

Partie	N° DOSSIER	TRAVAUX À RÉALISER	NOTE PAR DOSSIER
Théorie	D1	Approche globale et environnement de l'entreprise	/20
	D2	Techniques de vente et de négociation	/20
	Total Théorie		/40 points
Pratique	D3	Marketing Techniques du Merchandising	/40
	D4	Arithmétique Commerciale Documents commerciaux Statistiques	/20
	D5	Comptabilité Générale	/20
	Total Pratique		/80 points
Total Général			/120 points

Dossier 1 : (20 points)

L'entreprise « Arômatie », spécialisée dans la production de produits agroalimentaires a décidé de faire une extension de son activité. Pour cela, elle a créé une nouvelle unité de production de produits « Bio ». L'organisation de cette dernière a été établie comme suit :

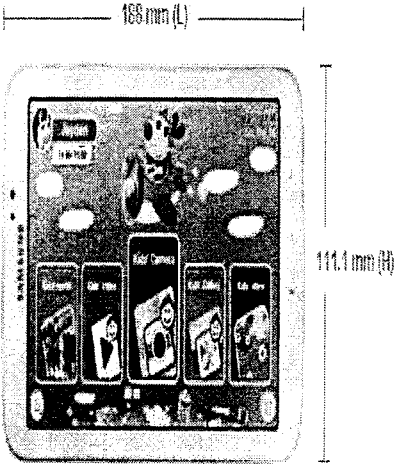
- A la tête de cette unité est nommé un Directeur assisté par un Etat-major ;
- On compte trois Services reliés au Directeur ;
 - le Service des Etudes : composé d'un concepteur de produit qui se trouve à la tête de deux assistants ;
 - le Service Approvisionnement : composé d'un responsable achat assisté par trois assistantes.
 - le Service Financier : coiffé par un responsable administratif et financier et assisté par deux comptables
 - le Service Production quant à lui est dirigé par un directeur de production qui est à la tête de deux ateliers :
 - Un atelier de Fabrication coiffé par un chef d'atelier
 - Un atelier de Contrôle qualité dirigé par un responsable qualité.

1. Quelle est l'activité de l'entreprise ? (1 point) De quel secteur d'activité s'agit-il ? (1 point)
2. Donner la définition des termes suivants : **organigramme, entreprise.** (2 points)
3. Etablir l'organigramme de cette unité de production. (5 points)
4. Quel est le rôle de l'Etat-major ? (1 point)
5. Pour l'entreprise « Arômatie », de quel type de structure s'agit-il ? Expliquer (2 points)
6. Citer deux avantages et deux inconvénients de cette structure ? (4 points)
7. Préciser les rôles et les missions de chaque service cité au niveau du texte (4 points)

Dossier 2 : (20 points)

L'entreprise « Arômatie » veut organiser un jeu concours dont le lot est le gain d'une tablette pour enfants. Dans ce sens le responsable marketing a rendu visite au magasin d'électroniques dans lequel vous passez votre stage. Le choix du responsable s'oriente vers la tablette pour enfants : Galaxy Tab 3 Kids. Il vous est demandé de réaliser un argumentaire SONCAS selon le modèle proposé.

Tableau à remplir et rendre avec la copie :

Produit	Caractéristiques	Avantage	Preuve
 <p>168 mm (L)</p> <p>111.1 mm (H)</p> <p>9.9 mm (P)</p>	<p><u>TECHNIQUES :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Poids plume : 302g • Capacité : 8 Go + 1 Go RAM • Ecran tactile. • Plusieurs formats de vidéo supportés. 		
	<p><u>COMMERCIALES</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Dernière technologie. • Prix : 3500 Dh payable en 2 tranches. • Vente exclusive en magasins spécialisés. 		

1. Présenter votre argumentaire en remplissant le tableau ci-dessus et en transformant les caractéristiques techniques et commerciales en avantages et preuves (méthode CAP). (7 points)
2. Reprendre six caractéristiques présentées dans l'exercice précédent et présenter pour chacune le type de SONCAS selon le modèle suivant :(6 points)

Tableau à remplir et rendre avec la copie :

Caractéristiques	SONCAS
-	-
-	-
-	-
-	-
-	-
-	-

3. Durant votre entretien avec le client, celui-ci a émis un certain nombre d'objections auxquelles il vous est demandé de répondre : **(7 points)**

Tableau à remplir et à rendre avec la copie :

Objection	Réponse
C'est trop coûteux !	
Je ne suis pas vraiment convaincu !	
Ça ne rentre pas dans mon budget !	
Je viens de voir le même article chez votre concurrent !	
Je vais y réfléchir...	
Je souhaite prendre l'avis du directeur avant de prendre une décision.	
A vrai dire... j'ai l'habitude de travailler avec votre concurrent	

Dossier 3 : (40 points)**Sous dossier 1 : Marketing (20 points)**

La société « Arômatie » produit et commercialise une nouvelle **marque** de produits alimentaires pour enfants. Dans le cadre de sa politique de diversification de la gamme, elle vient de lancer une nouvelle ligne pour bébés entre 6 mois et 1 an, sous forme de veloutés de légume contenant dans un premier lieu trois produits. Ceux-ci seront vendus uniquement dans quelques pharmacies et parapharmacies réputées.

Compte tenu de la rareté des concurrents sur le marché et des investissements entrepris durant la phase de recherche et développement, l'entreprise souhaite fixer un prix assez élevé par rapport aux autres acteurs du marché.

Outre ce **produit** nouvellement lancé, et pour s'adapter aux **besoins** de ses différents clients, l'entreprise dispose d'autres lignes de produits pour enfants entre 1 et 5 ans : boissons lactées aromatisées (quatre produits), compotes de fruits exotiques (dix produits) et barres de céréales (trois produits). Pour ce segment de marché, les produits sont distribués partout : commerce de proximité, supérette et grandes surfaces. Suite à la concurrence acharnée et déjà installée sur ce marché, l'entreprise s'est trouvée dans la contrainte d'appliquer les prix du marché.

I/ (10 points)

1. Donner la définition des mots soulignés (1 point)
2. A quels segments de marché s'adresse l'entreprise « Arômatie » ? (0,5 point)
Quel est le critère de segmentation choisi ? (0,5 point)
3. Dans quelle phase du cycle de vie se situe le produit « veloutés de légumes » pour bébés entre 6 mois et 1 an ? (1 point)
4. Pour ce même produit, caractériser : (2 points)
 - La politique de prix
 - La politique de distribution

Pour les produits destinés aux enfants entre 1 et 5 ans :

5. Quelle est l'ampleur de la gamme de produits? (1 point)
6. Quelle est la stratégie de distribution adoptée? (1 point). Quels en sont les avantages ? (1 point)
7. Quelle est la stratégie de prix poursuivie par l'entreprise ? (1 point) Pourquoi ? (1 point)

II/ (10 points)

Dans le cadre d'une stratégie d'élargissement de la gamme, la marque veut lancer un nouveau parfum de compote de fruits soit aux fruits secs, soit à la mangue ou aux agrumes (citron, orange, pamplemousse). Elle veut également évaluer l'opération de lancement de ses autres produits à base de fruits exotiques (kiwi, ananas, papaye). A cet effet, il vous est demandé de **rédigier un questionnaire** en une dizaine de questions dont les objectifs se présentent comme suit :

- Evaluer la notoriété de la marque des compotes Arôme
- Evaluer ce que pensent les consommateurs des compotes de fruits: Goût, emballage, prix et disponibilité.
- Connaître l'arôme préféré des consommateurs entre : fruits secs, mangue et agrumes.
- Evaluer les intentions d'achat du nouveau produit
- Déterminer le prix psychologique du nouveau produit
- Dresser le profil de l'acheteur.

Sous dossier 2 : Merchandising (20 points)

Produits	Stock Début de période	Stock Fin de période	Stock en rayon (Réel)	Stock Théorique	Quantités vendues	Prix d'achat
A	7 220	6 875	3 220	3 240	6 200	15
B	6 345	5 256	3 315	3 412	8 400	22
C	8 455	7 220	2 561	2 620	3 650	25
D	5 229	3 255	2 217	2 303	7 900	23

1. Calculer le stock moyen. (1 point)
2. Calculer le coefficient de rotation. (1 point)
3. Calculer le taux de rotation. (1 point)
4. Calculer la démarque inconnue. (1point) En conclure le taux de démarque. (1 point)
5. Que devrait faire l'entreprise pour lutter contre le phénomène de la démarque inconnue. (1 point)
6. Sachant que le taux de marque est de **25%**, et en vous aidant des informations sur les quantités vendues ainsi que le prix d'achat présentées dans le premier tableau compléter le tableau suivant en justifiant vos calculs. (14 points)

Tableau à remplir et rendre avec la copie :

Produits	Prix de vente (2pts)	Prix d'achat	Marge Brute (2 pts)	Linéaire alloué	%MB (2 pts)	%LD (2 pts)	IS/MB (2 pts)	Sens de Décision (2 pts)	Nouveau linéaire (2 pts)
A		15		2,5					
B		22		3					
C		25		1,5					
D		23		3					
Total									

Dossier 4 : (20 points)

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

Pour assurer son approvisionnement l'entreprise « Arômatie » a le choix entre deux propositions pour l'achat d'une même marchandise :

- 1 500 boîtes d'emballages colorés réf : BTEC001 à 8 Dh l'unité.
- 1 700 bocaux en verre pour compote réf : BVC037 à 5 Dh l'unité.
- 1 700 bouteilles iso-thermiques réf : BIT091 à 10 Dh l'unité.

Dans les deux cas, le prix d'achat brut total hors taxe est 37 500 Dh. Taux de la TVA 20%.

Proposition n°1

Un escompte de 2% et une remise de 4 % sont accordés.

Les frais de transport sont facturés 450 Dh

Proposition 2

Deux remises successives de 2 % et de 3 % sont appliquées sur le prix d'achat brut hors taxe de cette marchandise. La livraison est gratuite.

Pour chacune des propositions :

1. Calculer le prix d'achat net hors taxe de cette marchandise. (2 points)
2. Calculer le coût d'achat total hors taxe. (2 points)
3. Quelle est l'offre la plus intéressante ? Justifier (1 point)
4. Présenter la facture pour chacune des propositions avec le net à payer TTC. (5 points : 2,5 par facture)

Sous dossier 2 : Statistiques (10 points)

La société a réalisé une enquête auprès d'un échantillon de 600 personnes pour connaître le profil des consommateurs de ses clients. Ceci est le résultat de la répartition de la clientèle selon le revenu:

Revenu en Dh	Effectif
[0 - 1 000[89
[1 000 - 2 000[98
[2 000 - 3 000[?
[3000 - 4000[82
[4 000 - 5 000[79
[5 000 - 6 000[91
[6 000 - 7 000[86

1. Préciser l'individu statistique, le caractère étudié et la nature du caractère. (1.5 points)
2. Compléter ce tableau en indiquant le nombre de clients ayant un revenu compris entre [2 000 - 3 000[Dh. (0.5 point)
3. Quelle est la fréquence, en pourcentage, de clients ayant un revenu supérieur à 5 000 Dh ? (2 points)
4. Calculer et interpréter :
 - a. La moyenne. (2 points)
 - b. La variance. (2 points)
 - c. L'écart-type. (2 points)

Dossier 5 : (20 points).

Au premier 31/12/2013, le bilan de l'entreprise « Arômatie » se présente de la façon suivante :

Actif	Montant	Passif	Montant
Fonds commercial	13 000	Capital social	60 000
Constructions	30 000	Emprunts A.E.C	20 000
Matériel de bureau	10 000		
Stocks de marchandises	18 000		
Clients	7 000	Fournisseurs	30 000
Banque	23 000		
Caisse	9 000		
Total	110 000	Total	110 000

Au cours de la première quinzaine de Janvier 2014, l'entreprise « Arômatie » a effectué les opérations suivantes :

- Le 02/01 : Vente de marchandise à 12 000 Dh, facture n°A 130, réglée en espèces.

- Le 03/01 : Achat d'une voiture R4 d'occasion à 25 000 Dh, moitié par chèque bancaire n°125305 et moitié en espèces.
 - Le 04/01 : Vente de marchandises à 6 500 Dh, facture n°A 131 payable : 3 000 Dh en espèces le reste à crédit.
 - Le 05/01 : Règlement au fournisseur de marchandises d'une somme de 5 000 Dh par chèque bancaire n°125309.
 - Le 06/01 : Achat de marchandises à 4000 Dh, facture n°F-70 payée par chèque bancaire n°125400
 - Le 07/01 : Ventes de marchandises à 4200 Dh, facture A 132, réglée 1 000 Dh en espèces et 3200 Dh à crédit.
 - Le 12/01 : Vente de marchandises à 2 200 Dh, facture n°A 134 réglée 1 500 Dh en espèces, le reste à crédit.
 - Le 14/01 : Vente de marchandises à 4 100 Dh, facture n°A 135 réglée 1100 Dh par chèque postal , le reste à crédit.
 - Le 15/01 : Recouvrement de créances clients 7 500 Dh en espèces.
 - Le 16/01 paiement du loyer 3 000 Dh par chèque bancaire
1. Enregistrer au journal de l'entreprise « Arômatie », les opérations réalisées **au cours du mois de janvier 2014 (10 points)**
 2. Présenter les comptes schématiques des comptes Fournisseur, client, banque et caisse (**6 points**)
 3. Présenter le bilan au 16/01/2014 (**4 points**)