

Solution 1Points
obtenus**Objectif détaillé N° : 1.2.1.2 Expliquer un fichier clients 5 points****Total :****Situation initiale :**

A la fin de l'apprentissage, le formateur demande à ses personnes en formation de réfléchir au sens et au contenu des fichiers clients. A cet effet, il leur présente un fichier client d'une entreprise de commerce de chaussures qui fournit ses produits à des détaillants dans toute la Suisse.

Tâches :

a) Indiquez pourquoi il est important que cette entreprise dispose d'un fichier clients. Donnez en quelques mots quatre arguments. (4 x 1/2 point, soit 2 points au total).

- **Des informations de base sur les clients comme la forme juridique / le domicile commercial du détaillant / la personne de contact chez le détaillant / les conditions de livraison / les chiffres d'affaires atteints par le détaillant / nos rappels / les réclamations de clients / les visites effectuées auprès du client / les documents fournis, etc.**
- **Une liste des personnes de contact**
- **Une vue d'ensemble des ventes effectuées**
- **Une vue d'ensemble des visites récentes effectuées / des nouveaux contacts**
- **Des indications sur les conditions de livraison ou autres**
- **Des informations sur la personne de contact: si celle-ci est connue, les relations avec le client sont facilitées**
- **Des indications sur le chiffre d'affaires des clients**

Indication pour l'évaluation:

1/2 point par réponse correcte

Tâche a) :

Points obtenus

- b) Complétez le tableau ci-dessous en donnant en quelques mots, par domaine, quatre informations qui devraient figurer dans un fichier clients.
(1 point par domaine correctement rempli, soit 3 points au total).

Données relatives au client	<ul style="list-style-type: none">- numéro du client- entreprise- domicile- adresse postale /- tél. / télécopie / courriel /- etc.
Informations sur la personne de contact	<ul style="list-style-type: none">- nom de l'interlocuteur- numéro de téléphone direct / courriel- remplaçant- passe-temps / loisir- date d'anniversaire- etc.
Informations sur les ventes	<ul style="list-style-type: none">- chiffre d'affaires atteint- modalités de paiement- bonus- publicités envoyées- actions spéciales- réclamations- etc.

Indication pour l'évaluation:

¼ point par indication correcte

Tâche b) :

Solution 2

Points
obtenus

Total :

Objectif détaillé N° : 1.6.1.4 Proposer des améliorations 6 points

Situation initiale :

Une de vos amies travaille comme employée de commerce au back office d'une entreprise fournissant des prestations dans le domaine du conseil. Bien que, dans ses lignes directrices, l'entreprise qualifie ses prestations de progressistes et de dynamiques, votre amie n'est pas satisfaite du déroulement des processus administratifs qui sont trop lents. Par ailleurs, l'entreprise montre peu d'enthousiasme pour des réformes. Certains problèmes ont certes été discutés au sein de l'entreprise et, quelquefois, des solutions avaient même été proposées. Mais, dans la plupart des cas, ces propositions n'avaient pas été prises en compte. Ainsi, les projets de réforme n'ont presque jamais abouti. Résultat : les collègues sont de moins en moins motivés.

Tâche :

Quelle procédure de traitement des propositions l'entreprise devrait-elle mettre en place pour que les améliorations proposées aient des chances d'aboutir ? L'ordinogramme figurant sur la page suivante vous donne la structure de base. En relation avec les numéros des étapes figurant sur l'ordinogramme, complétez les étapes ci-dessous. Définissez, sous forme de mots-clés, de quelles activités ou questions/décisions il s'agit. (1 point par indication correcte, soit 6 points au total).

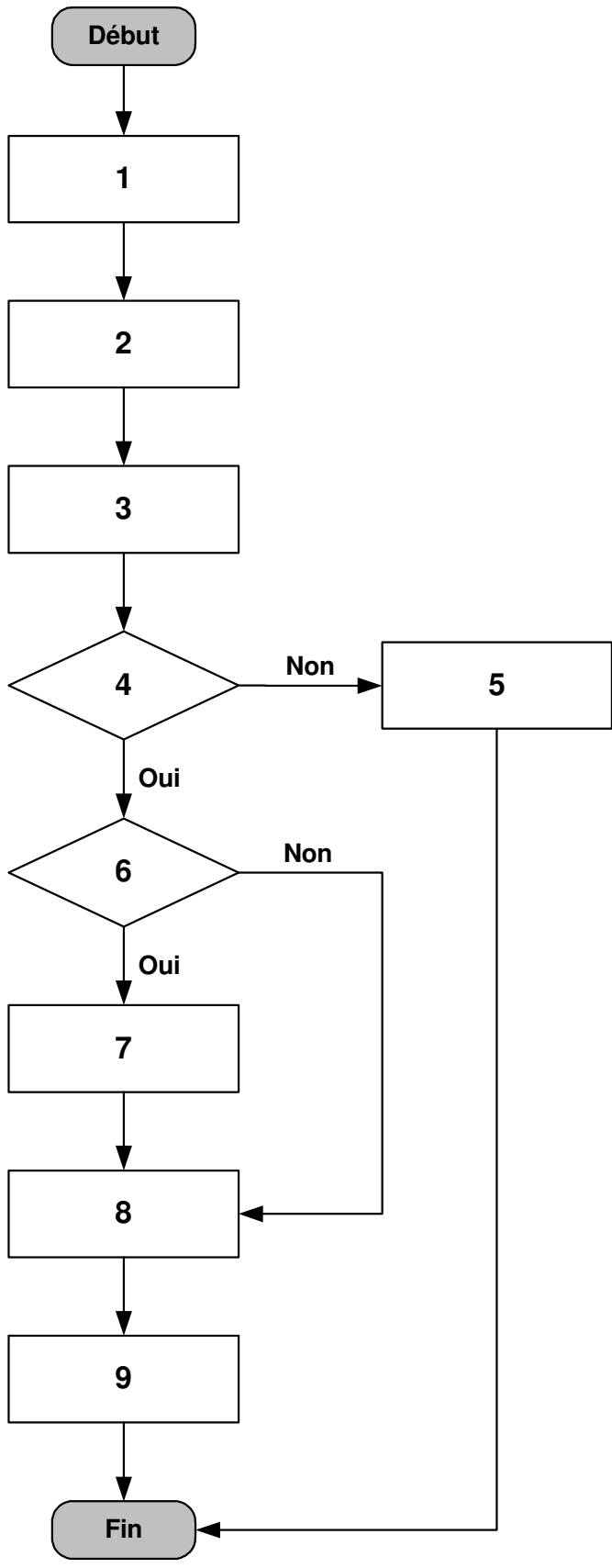
1. La proposition est accueillie favorablement par les collègues qui la trouvent bonne
2. **Formuler la proposition par écrit**
3. **Le supérieur examine la proposition**
4. **Proposition acceptée?**
5. **Expliquer pourquoi la proposition a été rejetée et remercier les collègues qui l'ont formulée**
6. Est-ce que la proposition doit être examinée par un groupe d'experts?
7. **Examen de la proposition par le groupe d'experts**
8. **Mise en œuvre de la proposition**
9. Information et év. récompense des collègues qui ont formulé la proposition

Indications pour l'évaluation:

1 point par étape correcte, soit 6 points au total.

Déduction pour les étapes qui ne sont pas dans le bon ordre chronologique: ½ point, déduction de 1 point par étape manquante.

L'ordinogramme doit permettre au candidat de mieux comprendre le devoir (formulation des étapes, activités ou décisions). Les corrections effectuées dans l'enchaînement de l'ordinogramme (modification des étapes) ne donnent pas droit à des points.



Solution 3

Points
obtenus

Total :

Objectif détaillé N° : 2.1.2.1 Choisir des programmes PC standard 2 points

Situation initiale :

Dans le cadre de vos activités de bureau quotidiennes, vous utilisez différents programmes PC standard; il s'agit principalement de programmes que vous avez appris à utiliser à l'école ou au sein de votre entreprise formatrice.

Tâche :

Dans le tableau ci-dessous figurent quatre programmes standards usuels. Donnez pour chaque programme un exemple d'utilisation quotidienne au sein d'une entreprise. Justifiez ensuite pourquoi ces programmes sont particulièrement adaptés aux exemples que vous avez donnés.

(½ point pour chaque exemple et justification plausible, soit 2 points au total).

Programme standard	Exemple d'utilisation	Justification
Microsoft Word	<ul style="list-style-type: none"> - Correspondance - Communications internes - Procès-verbaux - Rapports 	<ul style="list-style-type: none"> - Programme de traitement de texte
Microsoft Excel	<ul style="list-style-type: none"> - Statistique établie une fois par semaine, p.ex. pour les ventes internes à des collaborateurs - Etablissement du décompte mensuel des frais de téléphone et de voyage des collaborateurs extérieurs 	<ul style="list-style-type: none"> - Programme de tableur permettant d'effectuer des calculs - Différents modes de calcul
Microsoft PowerPoint	<ul style="list-style-type: none"> - Présentation de l'entreprise, des produits - Formation interne des collaborateurs 	<ul style="list-style-type: none"> - Présentation attrayante. Différentes possibilités de mises en page - Possibilité d'intégrer d'autres données (p.ex. Excel)
Microsoft Outlook	<ul style="list-style-type: none"> - Ecrire des mails - Gérer un agenda 	<ul style="list-style-type: none"> - Programme email - Organisation et gestion de rendez-vous, délais, etc. - Gestion de ressources (locaux, moyens techniques)

Solution 4**Points
obtenus****Total :****Objectif détaillé N° : 2.3.2.1 Aménagement du poste de travail 3.5 points****Situation initiale :**

Au cours de votre apprentissage, vous travaillez au secrétariat d'une petite entreprise commerciale. La direction vous charge d'établir des lignes directrices concernant l'aménagement du poste de travail au sein du secrétariat d'accueil.

Tâche :

- a) Vous savez que les postes de travail doivent être aménagés de manière appropriée. Pour des raisons organisationnelles ou financières ou des raisons liées aux locaux, on est quelquefois empêché d'aménager le bureau comme il convient. Donnez en quelques mots, dans le tableau ci-dessous pour chacun des aspects mentionnés, un tel exemple d'empêchement.
Vous obtenez ½ point par exemple, soit 1½ point au total.

Aspect	Exemple d'empêchement
Aspect lié aux locaux	<i>Problèmes concernant les locaux: dimensions, fenêtre, bruit, etc.</i>
Aspect organisationnel	<i>Différentes tâches / activités, qui ne permettent pas d'aménager le poste de travail de manière ergonomique</i>
Aspect financier	<i>Moyens financiers disponibles limités, (qualité, design souhaités)</i>

Tâche a) :

- b) Donnez en quelques mots pour chaque paire d'expressions ci-dessous deux exigences dont vous devez tenir compte pour disposer d'un aménagement optimal de votre bureau (sur le plan ergonomique et pratique).
(½ point si l'exigence présentée est logique, soit 2 points au total).

Points obtenus

1. Aménagement du poste de travail / position du corps :

- *pupitre réglable en hauteur*
- *siège de bureau approprié*
- *sièges supplémentaires*
- *distance entre l'écran et l'utilisateur*
- *surfaces de rangement suffisantes*
- *etc.*

2. Aménagement du poste de travail / ordinateur :

- *lumière*
- *taille de l'écran*
- *écran à basse émissivité*
- *clavier*
- *repose-pieds*
- *etc.*

Tâche b) :

Solution 5

Points
obtenus

Total :

Objectif détaillé N° : 2.3.2.1 Aménagement du poste de travail 6.5 points

Situation initiale :

De plus en plus de collaborateurs au sein de votre entreprise se plaignent de mal de dos. Il est question de l'acquisition de bureaux réglables en hauteur et de pupitres à écrire debout.

Tâches:

- a) Indiquez deux avantages et deux inconvénients d'un pupitre conventionnel, d'un bureau réglable en hauteur par système hydraulique et d'un pupitre à écrire debout.
(1/2 point pour chaque réponse correcte, soit 6 points au total).

	Avantages	Inconvénients
Pupitre conventionnel	<ul style="list-style-type: none"> - <i>avantageux</i> - <i>différents modèles / grand choix</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - <i>év. non ergonomique</i> - <i>frais de santé plus élevés</i> - <i>la hauteur de la table n'est pas réglable</i>
Bureau réglable en hauteur par système hydraulique	<ul style="list-style-type: none"> - <i>la hauteur de la table peut être adaptée à la taille de l'utilisateur</i> - <i>moins de maux de dos</i> - <i>meilleur pour la santé</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - <i>moins de choix</i> - <i>prix élevé</i> - <i>davantage sujet à des réparations</i> - <i>traitement non équitable des employés (qui reçoit un tel pupitre?)</i>
Pupitre à écrire debout	<ul style="list-style-type: none"> - <i>meilleur pour la santé</i> - <i>avantageux</i> - <i>économise de la place</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - <i>surface de travail limitée</i> - <i>comme ce pupitre ne suffit en règle générale pas à lui-même, il faut disposer de plus de place pour installer un pupitre supplémentaire</i>

Tâche a) :

b) Malheureusement, il est impossible de disposer d'une table de bureau hydraulique pour tous les collaborateurs. Quel critère doit être déterminant pour l'attribution de telles tables de bureau (1/2 point).

- années de service du collaborateur en entreprise
- tâches du collaborateur
- taille du collaborateur
- santé**
- niveau hiérarchique

Points obtenus

Tâche b) :

Solution 6

Points
obtenus

Total :

Objectif détaillé N° : 3.3.1.2 Expliquer les relevés de compte 7 points

Situation initiale :

Les relevés de comptes comportent de nombreuses informations. C'est pourquoi il est important de comprendre ce langage spécial.

Tâche :

Analysez le relevé de compte sur la page suivante et répondez en quelques mots aux questions ci-dessous.

(1 point par réponse correcte, soit 7 points au total).

Qui gère le compte ?	<i>CHB Banque suisse, CHB Bussigny</i>		
Que signifie IBAN: CH 41 0058 5036 3530?	<i>International Bank Account Numbering numéro d'ordre de la banque/du client en cas de paiements transfrontaliers</i>		
Quelle période couvre l'extrait de compte ?	<i>Du 1^{er} au 31 mars 2007</i>		
A quoi sert la colonne intitulée «Valeur» ?	<i>C'est à partir de cette date que commence le calcul des intérêts.</i>		
Que signifie la lettre «C» dans la colonne intitulée «Solde du compte» ?	<i>Il s'agit d'avoirs de clients.</i>		
Dans quelle monnaie les sommes sont-elles indiquées dans le compte ?	<i>Francs suisses</i>		
Quelle est la fonction de l'impôt fédéral anticipé ?	<i>Sert à empêcher la fraude fiscale.</i>		

Tél. 021 400 40 40 Fax 021 400 45 45

1000 Lausanne, 31.3.2007

Agence:

CHB Bussigny

Tél. 021 400 40 42

CHB

1 Banque suisse

N° de registre TVA 223320

Relevé de compte

Etabli le 31 mars 2007
Page 1

A

PP 1000 LAUSANNE
CASE POSTALE 4444

10.363530 Compte courant entreprise CHF

IBAN: CH 41 0058 5036 3530

IMPORT SA
MONSIEUR JULIEN MERLE
CHEMIN DU PARC 10
1030 BUSSIGNY-PRES-LAUSANNE

DATE	INFORMATIONS		DEBITS	CREDITS	VALEUR	SOLDE DU COMPTE
1.3.07	Solde initial					C 34'501.50
2.3.07	Retrait d'espèces		3'000.00			C 31'501.50
6.3.07	VIP SA, Neuchâtel			14'000.00	5.3.07	C 45'501.50
12.3.07	SARL suisse, Au			32'000.00	12.3.07	C 77'501.50
20.3.07	EUROCARD		6'255.00		20.3.07	C 71'246.50
24.3.07	Paiements de salaires		24'010.00		24.3.07	C 47'236.50
26.3.07	P. & S. Pinson, Genève			17'500.00	25.3.07	C 64'736.50
31.3.07	SOLDE AVANT BOUCLEMENT					C 64'736.50
31.3.07	INTERETS CREDITEURS 0.250 %			13.55		
31.3.07	IMPOT ANTICIPE 35 % sur CHF 13.55		4.75			
31.3.07	FRAIS ET PORTS	- 24.80				
	TOTAL FRAIS BANCAIRES		24.80			
31.3.07	FRAIS VERSEMENTS POSTAUX	- 8.30				
	TOTAL AUTRES FRAIS		8.30			
31.3.07	MOUVEMENT TOTAL		33'302.85	63'513.55		C
31.3.07	SOLDE FINAL				31.3.07	C 64'712.20

C = Compte courant créanciers
D = Compte courant débiteurs

Solution 7

Points
obtenus

Objectif détaillé N° : 3.3.7.1 Définir les attentes des groupes d'intérêts 4 points

Total :

Situation initiale :

Vous travaillez chez un grossiste en papeterie qui achète des fournitures de bureau auprès de fabricants de marque pour les revendre à des détaillants. Pendant la pause, vous suivez la discussion entre les apprentis du service d'achat et les apprentis du service de vente. Il y est question **des prix d'achat et des prix de vente**. Comme vous connaissez les attentes des groupes d'intérêts fournisseurs et clients, vous prenez part à la discussion.

Tâches :

- a) Expliquez en 1 ou 2 phrases deux attentes que les fournisseurs ont envers l'entreprise. (1 point par attente correcte, soit 2 points au total).

Les fournisseurs souhaitent que les paiements soient effectués ponctuellement, que les commandes soient effectuées assez tôt et que les clients passent de grosses commandes.

Tâche a) :

- b) Expliquez en 1 ou 2 phrases deux attentes que les clients ont envers l'entreprise.
(1 point par attente correcte, soit 2 points au total.)

Les clients souhaitent que la marchandise soit livrée à brève échéance, qu'elle soit bon marché et de bonne qualité.

Points obtenus

Tâche b) :

Solution 8

Points
obtenus

Objectif détaillé N° : 2.1.2.2 Vérifier des documents 3 points

Total :

Situation initiale :

Vous travaillez au secrétariat d'une maison d'expédition opérant à l'échelle suisse. La correspondance est établie dans les trois langues nationales officielles.

Depuis peu de temps, l'entreprise reçoit moins de commandes de la part des clients de langue étrangère. Une enquête permet de constater que la diminution des commandes est due à la mauvaise qualité de la correspondance en langues étrangères et à des erreurs commises lors de la facturation.

Les erreurs suivantes ont été constatées :

- Erreurs dans les adresses des clients
- Erreurs dans les montants des factures
- Les textes sont en partie incompréhensibles du fait que les traductions sont de mauvaise qualité.

Tâche :

Citez en quelques mots, dans le tableau figurant sur la page suivante, pour chaque type d'erreur deux mesures (ou moyens de contrôle) possibles, afin de réduire ces erreurs.

Chaque mesure ou moyen de contrôle ne peut être cité qu'une fois.

(1/2 point par réponse correcte, 3 points au total).

Type d'erreur	Mesures ou moyens de contrôle	Points obtenus
Adresse	<ul style="list-style-type: none"> – Procéder plus régulièrement à la mise à jour du répertoire d'adresses – Procéder à une vérification complète du répertoire d'adresses – Eliminer les adresses périmées – Demander à la clientèle de vérifier l'adresse et signaler les éventuelles erreurs 	
Montants des factures	<ul style="list-style-type: none"> – Avant d'envoyer la facture, comparer le montant de la facture avec celui figurant sur la confirmation de la commande – Comparer le montant facturé avec celui figurant sur l'offre. – Vérifier si les accords spéciaux conclus ont été respectés (rabais) 	
Textes incompréhensibles	<ul style="list-style-type: none"> – Sélectionner la langue (allemande/italienne) pour les documents écrits dans ces langues – Utiliser le système de correction d'orthographe – Préparer une correspondance standard. – Confier la correspondance en allemand/italien à une personne de langue allemande/italienne. – Confier les documents en langue étrangère à un service de traduction 	

Indication pour l'évaluation:

D'autres solutions logiques sont possibles.

Solution 9

Points
obtenus

Objectif détaillé N° 2.1.3.1

Se procurer des informations

3 points

Total :

Situation initiale :

Au cours de votre formation, vous avez appris à vous procurer des informations de diverses manières.

Tâche :

Vous avez pour mission de vous procurer de manière légale des informations importantes sur une autre entreprise de votre branche.

- Citez trois Informations qui pourraient être intéressantes pour votre entreprise formatrice.
- Indiquez en quelques mots de quelle manière vous vous procurerez ces informations.

(1 point par réponse correcte (information correcte et indication correcte de la manière de se procurer cette information), soit 3 points au total).

a) Type d'information	b) Manière de se procurer l'information
<i>Gamme de produits</i>	<i>Demander un prospectus (ou un catalogue ou consulter Internet)</i>
<i>Chiffre d'affaires</i>	<i>Rapport annuel</i>
<i>Vente</i>	<i>Chiffres-clés de l'association ou de la branche</i>
<i>Segment de clientèle</i>	<i>Liste de référence (ou publicité)</i>
<i>Prix</i>	<i>catalogue / prospectus / Internet</i>

Indication pour l'évaluation:

1 point est attribué si l'information est correcte et si la manière dont celle-ci a été recueillie est logique.

Si seule l'information est correcte ou si seule la manière dont celle-ci a été recueillie est logique, le candidat n'obtient que ½ point.

D'autres solutions logiques sont possibles.

Solution 10

Points
obtenus

Objectif détaillé n° : 1.11.1.5

Marketing Mix

4 points

Total :

Situation initiale :

Un nouveau groupe de travail « Marketing 2008 » va être créé dans votre entreprise formatrice.

Vous faites également partie de ce groupe. Dans quelques jours, la première séance aura lieu, avec pour objectif : avoir trouvé des idées. Pour chaque participant à cette séance, le travail de préparation est le suivant :

Tâche :

Choisissez un produit (un bien ou une prestation) dont dispose déjà l'entreprise (votre entreprise formatrice) ou qui pourrait être ajouté à son assortiment.

Quels instruments du marketing Mix sont judicieux pour le produit que vous avez choisi ? Proposez trois instruments dans chaque domaine du marketing Mix.

Insérez vos réponses dans le tableau figurant sur la page suivante.

(pour chaque colonne remplie correctement [à savoir le domaine et ses trois instruments correspondants], vous obtenez 1 point).

Marketing Mix

Pour le produit suivant : *par exemple Shampoing*

Veillez cocher : le produit existe déjà ou il s'agit d'un nouveau produit

Domaines du marketing Mix :	<i>Produit (ou product)</i>	<i>Prix (ou price)</i>	<i>Distribution (ou place)</i>	<i>Promotion commerciale (ou promotion)</i>
Instruments	<i>Instruments :</i> Assortiment Qualité Propriétés Style Emballage	<i>Instruments :</i> Conditions de prix Rabais Bonus Réduction de prix Conditions de crédit	<i>Instruments :</i> Circuits de distribution Stocks Méthodes de vente Indicateurs des ventes	<i>Instruments :</i> Publicité Promotion des ventes Sponsorisation Relations publiques
	<u><i>Exemple en terme de qualité :</i></u> <i>Shampoing en nouvelle composition, basée sur uniquement des produits végétaux</i>	<u><i>Exemple en terme de prix :</i></u> <i>Catégorie de prix élevé pour renforcer le caractère d'exclusivité</i>	<u><i>Exemple en terme de circuit de distribution :</i></u> <i>Distribution directe dans ses propres filiales, de même que distribution exclusive via certains grands magasins et des DutyFree.</i>	<u><i>Exemple en terme de publicité :</i></u> <i>Spot à la télévision de même qu'affiches publicitaires dans les grandes villes</i>

Solution 11

Points
obtenus

Objectif détaillé n° : 1.8.1.3

**Restrictions de commerce tarifaires et
non-tarifaires**

4 points

Total :

Situation initiale :

Les restrictions commerciales contrarient le commerce. Il existe différents types de restrictions commerciales.

Tâche :

- a) A l'aide d'un exemple choisi, expliquez chacun des termes restriction de commerce tarifaire et restriction de commerce non-tarifaire.
(1 point par explication correcte basée sur un exemple, total maximum 2 points)

Restriction de commerce tarifaire :

Sur la base d'un exemple, le contenu de l'information suivante est correct :
Frais de douane et impôts sur les importations. Les marchandises concernées seront donc plus chères et moins concurrentes par rapports aux produits indigènes, qui ne sont pas touchés par de telles charges financières.

Restriction de commerce non-tarifaire :

Sur la base d'un exemple, le contenu de l'information suivante est correct :
Normes nationales et réglementations, par exemple concernant la sécurité, la technique, la protection de l'environnement, les formalités douanières, etc.) : de telles mesures pénalisent également les marchandises étrangères, du fait qu'à la frontière suisse, elles doivent être à nouveau examinées, mesurées et libérées. Ceci est souvent complètement inutile, car les marchandises ont déjà été examinées complètement par les autorités du pays producteur.

Tâche a) :

Points obtenus

- b) Expliquez la différence entre les restrictions de commerce tarifaires et non-tarifaires, ainsi que deux similitudes entre ces restrictions commerciales.
(1 point pour une explication correcte de la différence, ½ point par explication correcte de chacune des deux similitudes, total maximum 2 points).

Différence :

Lors de restrictions tarifaires, les biens sont taxés par des frais de douane et impôt à l'importation (dépenses financières) ; par contre, lors de restrictions non-tarifaires, des activités supplémentaires doivent être exécutées (refaire l'étiquetage, faire recontrôler par le département de contrôle suisse)

Similitudes (points communs) :

- 1) ***rendent l'importation non attractive (protectionnisme)***

- 2) ***compliquent le libre échange***

Tâche b) :

Solution 12

Points
obtenus

Objectif détaillé n° : 1.12.1.1 Évaluer les risques

7 points

Total :

Situation initiale :

Vous analysez les conditions préalables pour une nouvelle entreprise commerciale en Suisse. L'entreprise a, entre autre, l'intention d'importer des produits d'Afrique et d'Asie. C'est pourquoi vous traitez les risques que peut générer le commerce avec ces pays.

Tâche :

Citez deux risques du commerce international et complétez les rubriques ci-dessous.

(1 point par risque correct ; 1 point par description exacte de chaque danger / conséquence du risque commercial et 1½ point par description correcte de la mesure à prendre contre chaque risque, total maximum 3.5 points).

Risque 1 :

Désignez un risque commercial :

Guerre / vol / grève / accident / tempête / escroquerie / maladie / violence / mentalité

Décrivez en une à deux phrases quel est le danger ou la conséquence du risque en terme commercial :

Exemple concernant la guerre

Si par exemple une guerre se déclenche en Afrique, il y a un risque que la marchandise que j'importe d'Afrique soit confisquée.

Décrivez de manière compréhensible en une à deux phrases quels sont les moyens / instruments pour contrer le risque au niveau du commerce :

Points obtenus

Exemple concernant la guerre :

Lors de la signature du contrat, choisir un Incoterm qui offre la meilleure protection. A la rigueur, organiser le transport soi-même et conclure une assurance appropriée.

Risque 2 :

Désignez un risque commercial :

Dito risque 1

Décrivez en une à deux phrases quel est le danger ou la conséquence du risque en terme commercial :

Dito risque 1

Décrivez de manière compréhensible en une à deux phrases quels sont les moyens / instruments pour contrer le risque au niveau du commerce :

Dito risque 1

Solution 13

Points
obtenus

Objectif détaillé n° : 1.9.1.1 Le circuit économique

6 points

Total :

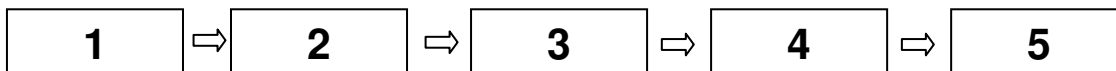
Situation initiale :

On appelle circuit économique le chemin qu'emprunte une marchandise depuis l'acquisition de la matière première jusqu'à sa consommation. Les entreprises commerciales exercent d'importantes fonctions dans le circuit économique. Selon où se situe l'entreprise commerciale dans le circuit économique, elle exerce différentes fonctions, respectivement accomplit différentes tâches.

Tâches :

- a) Notez les étapes (phases) du circuit économique dans l'ordre et avec les termes corrects.
(2 points à condition que le circuit économique soit complet et dans la bonne séquence)

Circuit économique



Étape (phase) Désignation :

- | | |
|----------|--|
| 1 | <i>Acquisition de la matière première</i> |
| 2 | <i>Production ou fabrication ou producteur ou fabricant</i> |
| 3 | <i>Commerce de gros ou grossiste</i> |
| 4 | <i>Commerce de détail ou détaillant</i> |
| 5 | <i>Consommateur ou utilisateur final</i> |

Tâche a) :

- b) Après avoir choisi un produit de votre entreprise formatrice, décrivez sous forme de mots-clés qui (quelle entreprise) fait quelle(s) tâche(s) et où (pays, région, lieu) lors de chaque étape du circuit économique.
(4 points pour la description complète et compréhensible du circuit économique ; pour chaque lacune [description manquante ou fausse], 1 point est retiré).

Points obtenus**Produit choisi : *voiture***Qui fait quoi, où ?

Étape 1 : *Obtention de minerai de fer, respectivement production d'acier brut*

Fournisseur de matières premières

Chine / Russie / Japon

Étape 2 : *Fabrique des pièces métalliques pour les voiture et les assemble sur une chaîne de production de voitures*

Producteur

France / Allemagne / Japon etc.

Étape 3 : *Importe les voitures*

Grossiste / importateur

Suisse

Étape 4 : *Commande des voitures pour ses clients auprès de l'importateur*

Détaillant / garagiste

Régional (Genève, Lausanne, Sion, Fribourg, ...)

Étape 5 : *Achète sa voiture au garage*

Consommateur

Régional (à proximité de son lieu d'habitation ou de travail)

Tâche b)

Solution 14

Points
obtenus

Objectif détaillé n° : 1.11.1.2 **Importance des mesures de promotion
des ventes**

5 points

Total :

Situation initiale :

Les mesures de promotion des ventes à l'attention du client sont importantes au sein d'un magasin. Ci-dessous, les courtes descriptions de deux supermarchés vous orientent sur la manière dont les mesures peuvent être mises en place.

Tâche :

Parmi les deux supermarchés, évaluez lequel a le mieux mis en valeur les mesures de promotion des ventes. (truc : lisez d'abord la procédure sur la prochaine page)

Supermarché A

Il n'a pas de climatisation ; l'ensemble des vitrines ainsi que le magasin sont nettoyés une fois par semaine ; le guichet d'information sert également de caisse enregistreuse (toujours occupé) ; beaucoup de marchandise sont vendues sur palette ; l'éclairage avec des néons donne une luminosité très crue ; la surface de vente représente 2'500 m² ; les allées sont très larges (quatre chariots à commission peuvent se croiser en même temps) ; le programme de la RSR fonctionne comme musique d'ambiance ; les différents secteurs sont identifiables grâce aux couleurs de revêtement des sols ; les différentes allées partent d'une zone centrale ; les vitrines sont décorées à Pâques, en été, en automne, à la Saint-Nicolas et à Noël.

Supermarché B

La directrice du magasin veille tous les jours à diffuser une nouvelle musique d'ambiance et demande à ses clients si cette musique leur plaît ; magasin entièrement climatisé ; l'éclairage est adapté en fonction des couleurs des étagères des marchandises ; un décorateur et les apprenants modifient les vitrines toutes les deux semaines ; le guichet d'information se trouve dans un coin du magasin (pas toujours occupé) ; la surface de vente représente 1'500 m² ; la clientèle est orientée à travers le magasin par des marquages au sol et sur les rayons ; deux chariots à commission peuvent à peine se croiser dans les allées ; l'ensemble des marchandises est mis en rayon ; le magasin et les vitrines sont nettoyés chaque jour.

Procédure :

1. Attribuez une importance à chacun des huit critères d'évaluation inscrits dans le tableau figurant sur la page suivante : très important = 3, important = 2, insignifiant = 1.
2. Sur la base de la description des supermarchés A et B, attribuez des points à chaque supermarché en fonction votre appréciation de l'atteinte des critères d'évaluation :
3 points = le critère est très bien atteint, 2 points = le critère est atteint,
1 point = le critère n'est que partiellement atteint.
3. Calculez pour chaque supermarché le total des points pour chaque critère (importance x points attribués par critère).
4. Calculez les totaux pour chaque supermarché A et B.
5. Cochez le supermarché qui a le mieux mis en valeur les mesures de promotion des ventes.

(4 points pour avoir complété correctement le tableau [calculs justes]. Pour chaque faute de calcul, 1/2 point est retiré).

(1 point pour avoir déterminé et coché quel supermarché est le vainqueur).

Points obtenus

Tableau : doit être complété à titre individuel. Les valeurs inscrites ne sont qu'un exemple

	Importance	Supermarché A Points	Supermarché A Total	Supermarché B Points	Supermarché B Total
	(1, 2 ou 3)	(1, 2 ou 3)	(importance x points)	(1, 2 ou 3)	(importance x points)
Vitrines	1	1	1	2	2
Surface de vente	3	3	9	1	3
Orientation du client	2	2	4	3	6
Présentation des marchandises	3	2	6	3	9
Éclairage	2	1	2	3	6
Musique d'ambiance	2	2	4	3	6
Climatisation	1	1	1	3	3
Information	1	1	1	3	3
Totaux			28		38

Procédure 1-4) :

Cochez le supermarché qui a le mieux mis en valeur les mesures de promotion des ventes:

supermarché A supermarché B

Procédure 5) :

Solution 15

Points
obtenus

Total :

Objectif détaillé n° : 1.10.1.2

Comparer les assortiments

6 points

Situation initiale :

Vous comparez la composition de l'assortiment (= la politique d'assortiment) de votre entreprise formatrice avec celle d'une entreprise concurrente. Votre choix des critères de comparaison est déterminant, car chaque critère doit vous permettre de comparer les deux assortiments.

Tâches :

- a) Inscrivez le nom de votre entreprise formatrice et celui d'une entreprise concurrente. Le critère de comparaison « Clients » est déjà noté ; citez trois autres critères vous permettant de comparer la composition de l'assortiment.
(1/2 point par critère judicieusement choisi, total maximum 1.5 point).

Votre entreprise formatrice : <i>Le Blanc SA</i>	Critères de comparaison de la composition de l'assortiment	Une entreprise concurrente : <i>Dunoir SA</i>
	Critère 1 : <ul style="list-style-type: none"> • Clients (pouvoir d'achat, âge, sexe, tendance de mode, besoins)	
	Critère 2 : <ul style="list-style-type: none"> • <i>Gamme / politique de prix</i> 	
	Critère 3 : <ul style="list-style-type: none"> • <i>Lieu d'implantation</i> 	
	Critère 4 : <ul style="list-style-type: none"> • <i>Structure de l'assortiment</i> 	

Tâche a) :

- b) Pour chacun des critères choisis, formulez une question ouverte que vous voudriez poser à votre concurrent pour recevoir des informations à ce sujet.
(1½ point par question ouverte formulée concrètement, total maximum 4.5 points).

Points obtenus

Critère 2 :	Question à l'attention du concurrent : <i>Quelle est la gamme de prix de vos produits : élevée, moyenne, basse ? Y a-t-il des différences en terme de qualité ou de fonctionnalité entre les produits provenant des différentes gammes de vos produits ou cela vient-il des différentes marques ?</i>
Critère 3 :	Question à l'attention du concurrent : <i>Quels sont les facteurs décisifs pour votre choix de la localisation de votre entreprise ? Avez-vous des clients venant à pied ou êtes-vous près d'une sortie d'autoroute ? où avez-vous besoin d'un accès ferroviaire ?</i>
Critère 4 :	Question à l'attention du concurrent : <i>Comme votre assortiment est-il structuré ? Avez-vous beaucoup d'articles différents (donc un large assortiment) et / ou disposez-vous des différentes variantes pour chaque article (assortiment profond) ?</i>

Tâche b) :

Solution 16

Points
obtenus

Objectif détaillé n° : 1.10.2.2 Moment de la commande 5 points

Total :

Situation initiale :

L'entreprise de production Roller SA produit des patins à roulettes de haute qualité. Elle commande des sets de 4 roues chez un de ses fournisseurs. Afin de ne jamais interrompre sa production, elle doit passer ses commandes de sets de roues de manière professionnelle.

Tâches :

- a) Pour une bonne maîtrise de ses stocks, l'entreprise utilise différents indicateurs de gestion de stock. Sur la base des deux définitions citées ci-dessous, inscrivez les termes techniques (nom du stock) concernés.
(1 point par nom correct, total maximum : 2 points)

Définition	Terme technique
Quantité en dessous de laquelle il ne faut pas descendre	Stock de sécurité
Quantité qui détermine le déclenchement de la commande, en fonction du délai habituel de livraison	Stock d'alerte (ou point / seuil de commande ou point / seuil de réapprovisionnement)

Tâche a) :

- b) Sur la base des données ci-dessous, à quel niveau de stock faut-il passer la prochaine commande ? L'entreprise a, bien entendu, l'objectif de ne pas disposer de plus de sets de roues que nécessaire.
(1 point pour la réponse exacte)
- Consommation journalière : 10 sets de roues
 - Quantité à commander : 230 sets de roues
 - Délai de livraison de la part du fournisseur : 3 jours
 - Stock initial : 250 sets de roues
 - Stock de sécurité : 20 sets de roues

Il faut donc passer la commande de 230 sets de roues lorsque le nombre restant en

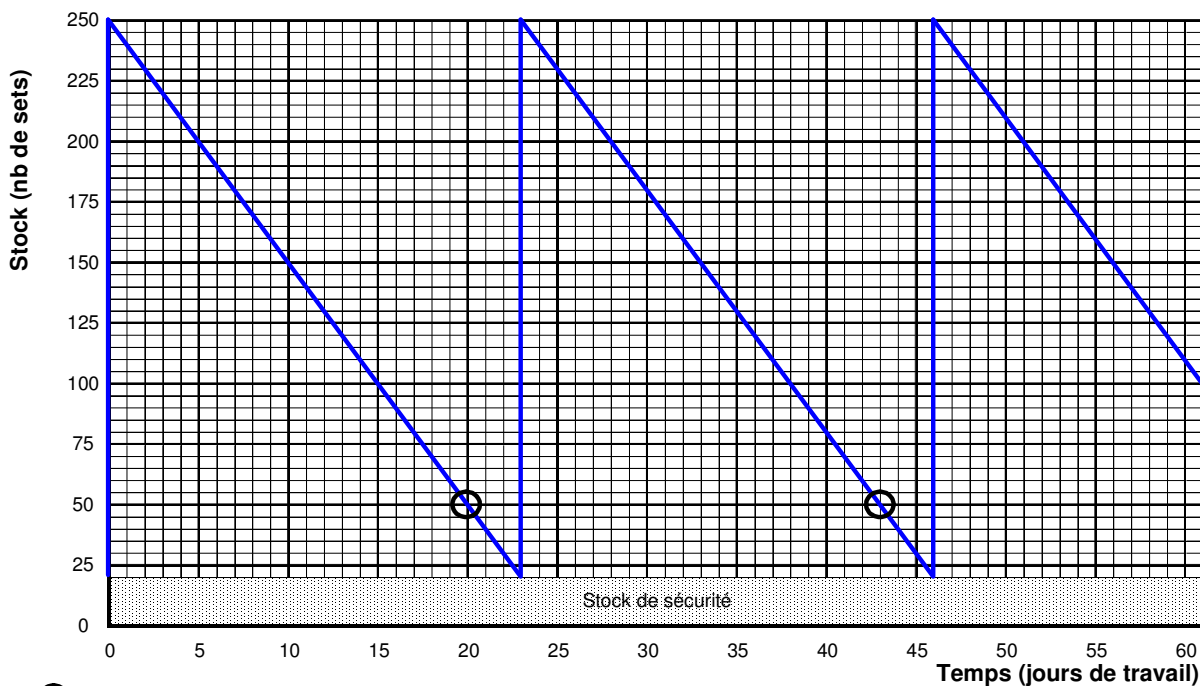
stock atteint 50 sets de roues.

Tâche b) :

- c) En vous référant aux données de la tâche b) et au graphique ci-dessous, dessinez sur le graphique les deux prochains points de commande et déterminez dans combien de jours (nous sommes actuellement au jour 0) vous devrez passer votre deuxième commande.
(1/2 point par point de commande dessiné sur le graphique et 1 point pour la détermination du 2^{ème} jour de commande, total maximum 2 points)

Points obtenus

Régulation d'un stock: réapprovisionnement sur point de commande



○ Point de commande

La deuxième commande devra être faite le 43^{ème} jour. (*ou 23^{ème} jour après la première commande*)

Tâche c) :

Solution 17

Points
obtenus

Objectif détaillé n° : 1.9.2.1

Fonctions du commerce

5 points

Total :

Situation initiale :

Chaque entreprise commerciale remplit plusieurs fonctions à l'attention de sa clientèle. En considérant les mutations permanentes au sein de l'économie (technologie, lois, etc.), certaines fonctions seront toujours de grande valeur dans le futur alors que d'autres seront moins importantes.

Tâche :

Citez cinq fonctions à l'attention de la clientèle qui, à votre avis, devront toujours être assurées dans le futur par une entreprise commerciale. Pour chaque fonction, justifiez, en quelques mots, pourquoi elle restera importante ou pourquoi elle va encore prendre de l'importance par rapport à maintenant.

(1 point pour chaque fonction correcte et sa justification compréhensible).

<u>Fonction</u>	<u>Justification</u>
Fonction quantitative (équilibre des quantités)	<i>Le producteur fabrique en règle générale ses produits en grande quantité et veut les vendre en gros ; par contre, le consommateur n'a besoin en général que d'une petite quantité. Comme les producteurs veulent continuellement diminuer les coûts unitaires en produisant de grosses quantités, il faudra toujours disposer des phases intermédiaires (grossistes, détaillants) pour détailler les gros paquets en unités plus petites.</i>
Fonction de qualité et d'assortiment (équilibre des biens)	<i>En fonction du groupe cible de clients, les besoins sont différents. Un simple collaborateur au Burundi achète une autre voiture qu'un chef d'une grosse entreprise aux USA. La tâche du commerce est de définir les besoins et d'adapter l'offre (assortiment). Le commerçant doit offrir la marchandise à un prix correspondant à la capacité d'achat du client (les aliments doivent être meilleurs marchés en Chine qu'en Suisse). En plus, le commerçant doit pouvoir manipuler sa marchandise, à savoir la nettoyer, la mélanger, la trier etc (le commerçant fromager mélange lui-même différentes sortes de fromage pour la fondue et vend le produit fini. Enfin, le commerçant offre diverses prestations qui revêtent une valeur supérieure (service clientèle).</i>

<u>Fonction</u>	<u>Justification</u>	<u>Points obtenus</u>
<p>Fonction de transport (franchissement de l'espace)</p>	<p><i>C'est plutôt rare que les produits soient fabriqués là où ils sont consommés. Par exemple, un grossiste va faire fabriquer des habits en Extrême-Orient. C'est une des tâches du commerce que d'organiser le transport et d'acheminer la marchandise au plus près des consommateurs.</i></p>	
<p>Fonction d'entreposage (franchissement du temps)</p>	<p><i>Beaucoup de consommateurs / clients veulent pouvoir disposer de leur marchandise le plus vite possible, c'est-à-dire qu'ils achètent auprès du fournisseur qui est en mesure de livrer au plus vite. C'est pourquoi le commerce doit couvrir les délais de livraison en stockant la marchandise</i></p>	
<p>Fonction d'approvisionnement</p> <p><u>Ou</u></p> <p>Fonction de crédit et de financement</p> <p><u>Ou</u></p> <p>Fonction d'information et de conseil</p>	<p><i>Afin de garantir l'approvisionnement de biens indispensables, les grossistes ont, entre autres, d'énormes stocks facultatifs ou doivent disposer de stocks obligatoires, imposés par l'Etat.</i></p> <p>*****</p> <p><i>Le commerce doit préfinancer la marchandise. Souvent, il accorde un crédit au consommateur lors de l'achat de la marchandise</i></p> <p>*****</p> <p><i>Avant tout lorsque les produits se ressemblent de plus en plus, le client a besoin d'être bien conseillé. Cette fonction est prise en charge par le commerce, ce qui lui permet de s'orienter sur l'évolution du marché</i></p>	

Solution 18

Points
obtenus

Objectif détaillé n° : 1.8.1.1 Raisons pour l'importation 6 points

Total :

Situation initiale :

L'économie suisse ne peut pas fonctionner sans importations. Des produits et prestations doivent être acquis à l'étranger pour différentes raisons.

Tâche :

- a) Citez, sous forme de mots-clés, quatre raisons pour lesquelles un pays doit importer des produits et prestations.
(1/2 point par raison correcte, maximum 2 points)

Raison 1 pour laquelle la Suisse doit importer des biens :

Car les marchandises et/ou les prestations ne peuvent pas être produites ou ne sont pas disponibles en Suisse

Raison 2 pour laquelle la Suisse doit importer des biens :

Car les marchandises et/ou les prestations pourraient bien être produites en Suisse, mais en petites petite proportion (quantité) ou faible qualité

Raison 3 pour laquelle la Suisse doit importer des biens :

Car les marchandises et/ou les prestations ne pourraient être produites dans un pays qu'à un niveau de prix trop haut

Raison 4 pour laquelle la Suisse doit importer des biens :

Car pour certains biens dans un pays, il n'y a pas assez de besoins intérieurs, qui justifient des coûts / investissements tels que recherche & développement par exemple

Tâche a) :

Points obtenus

- b) Pour chaque bien cité, indiquez d'où (pays, région) vous l'importeriez ; puis inscrivez pour quelle raison (parmi les quatre inscrites ci-dessus), ce bien doit être importé en Suisse.
(1/2 point pour chaque marché d'approvisionnement judicieux et pour la bonne raison d'importation, maximum 4 points).

Bien	Importation d'où ?	Raison pour l'importation (1, 2, 3 ou 4)
Automobiles	<i>Par ex. : Allemagne, France, Italie, Japon, USA</i>	3, 4
Huile d'olive	<i>Par ex. : Italie, Turquie, Tunisie, Espagne</i>	1, 2
Ordinateur personnel	<i>Par ex. : Chine, Hong Kong, Taïwan, Vietnam, Inde, USA, Europe de l'Est</i>	2, 3
L'or	<i>Par ex. : Australie, Afrique du Sud, Russie, Brésil</i>	1
Huile de moteur	<i>Par ex. : Lybie, Nigéria, Arabie du Sud, Iran, Venezuela (matière première) ou France, Allemagne, Italie, Grande Bretagne (traité)</i>	1
Chaussettes de sport bon marché	<i>Par ex. : Chine, Inde, Taïwan, Vietnam, Honduras, Mexique</i>	3
Asperges	<i>Par ex. : France, Espagne, Chili, Afrique du Sud, Maroc, Mexique</i>	2
Vélos	<i>Par ex. : Allemagne, France, Italie, Chine, USA</i>	3, 4

Tâche b) :

Solution 19

Points
obtenus

Objectif détaillé n° : 1.7.1.1 Marchandises / prestations de service 5 points

Total :

Situation initiale :

Les biens (produits et prestations) peuvent être classés en fonction de plusieurs points de vue. Un bien peut être, entre autres, libre, économique, matériel et/ou immatériel.

Tâche :

Dans le tableau ci-dessous figurent différents exemples : cochez s'il s'agit d'un bien « libre », « économique », « matériel » et/ou « immatériel ». Tenez compte du fait qu'un bien peut être évalué de plusieurs points de vue.

(1 point pour quatre lignes du tableau correctement cochées, total maximum 5 points)

	Libre	Économique	Matériel	Immatériel
Un billet de loto		X		X
Une table en bois		X	X	
Le journal « 20 Minutes »		X	X	
Un conseil au magasin		X		X
Une VW-Golf rouge		X	X	
Un café au lait avec du sucre		X	X	
La monnaie d'un pays		X		X
Deux boucles d'oreilles		X	X	
Un massage médical		X		X
Une pièce de théâtre		X		X
Un bouquet de fleurs		X	X	
L'air	X		X	
Un lien internet		X		X
Le Cervin	X		X	
Une tasse		X	X	
Une police d'écriture		X		X
Une lampe de poche		X	X	
Un menu		X	X	
Un brevet		X		X
Une brosse à dent		X	X	

Solution 20

Points
obtenus

Objectif détaillé n° : 1.13.2.2 Différence prescriptions - normes 7 points

Total :

Situation initiale :

Soyez conscient des différences et des similitudes entre les prescriptions et les normes. Pensez à votre entreprise formatrice et réfléchissez où sont respectées des prescriptions et des normes.

Tâches :

- a) Citez une différence et une similitude entre des prescriptions et des normes.
(1½ point pour une différence correcte et 1½ point pour une similitude correcte, total maximum 3 points).

Différence :

Les prescriptions sont obligatoire, définies par un législateur ou une instance officielle. Si on ne s'y tient pas, on risque une amende. Par contre, les normes sont des recommandations volontaires, établies par des groupes d'intérêts. On ne doit pas obligatoire s'y tenir, toutefois, on risque de ne plus être pris en considération (les producteurs veulent des éléments normalisés et les achète, de ce fait, auprès de fournisseurs qui sont en mesures de les fournir).

Différence :

Similitude :

Les normes et les prescriptions définissent comment un produit doit être, respectivement comment on doit se comporter. De ce fait, on va sur une unification et une comparabilité (ou reproductivité)

Similitude :

Tâche a) :

- b) Citez une prescription et une norme que votre entreprise formatrice doit respecter et expliquez quelle est la conséquence en cas non-respect.
(2 points par tableau ci-dessous correctement complété, total maximum 4 points).

Points obtenus

Norme : <i>ISO 9001 (système de management de la qualité)</i>	Conséquence en cas de non-respect : <i>Si, lors d'un audit, on constate que des exigences selon ISO ne sont pas respectés (par ex. : les collaborateurs ne s'en tiennent pas aux processus définis dans le manuel de qualité), l'entreprise ne bénéficiera pas du certificat ISO. Ce qui aura comme incidence une perte d'image de l'entreprise. En plus, il y a des clients qui ne font appel qu'à des fournisseurs certifiés ISO</i>
---	--

Prescription : <i>Les formateurs professionnels doivent avoir suivi le cours obligatoire correspondant.</i>	Conséquence en cas de non-respect : <i>Afin de pouvoir former un apprenant, une personne en entreprise doit avoir suivi le cours de formateur professionnel (ex maître d'apprentissage). Si tel n'est pas le cas, l'office de la formation professionnel ne donne pas l'autorisation de former des apprentis</i>
---	--

Tâche b) :