

Capacités mises en œuvre

PREMIER TRAVAIL

PARTIE N°1	QUESTION N° 1	c3	Dégager points forts, points faibles (linéaires, rayons, magasins)
PARTIE N°2	QUESTION N° 1	B3	Calculer les ratios usuels
	QUESTION N° 2		
	QUESTION N° 3		
	QUESTION N° 4		
PARTIE N°3	QUESTION N° 1 - - - - - QUESTION N° 2	B3-C3	Calculer les ratios usuels, les rapprocher des résultats de la profession. Suivre l'évolution des ventes, des marges. Dégager points forts, points faibles (linéaires, rayons, magasins).

DEUXIEME TRAVAIL

	QUESTION N° 1	CI-81	Imputer, coder, mettre en forme des informations comptables (à partir d'une facture)
	QUESTION N° 2a	A3	Identifier les principaux postes d'un bilan
	QUESTION N° 2b	CI-B1	Transversalité avec les mathématiques (ref : B-e) problèmes de l'amortissement du matériel)

TROISIEME TRAVAIL

	QUESTION N° 1	A2-C3	Déceler l'incidence éventuelle d'une action collective sur un commerce de détail. Analyser les attitudes des clients et leurs réactions
	QUESTION N° 2	B2	calculer le prix
	C3 QUESTION N° 3a	D4	Dégager des éléments de l'image de marque
	D4 QUESTION N° 3b		appliquer la législation en vigueur, en tenant compte de la politique du magasin

QUATRIEME TRAVAIL

	QUESTION N° 1 a QUESTION N° 1 b QUESTION N° 1 c	A2	Analyser les résultats d'enquête de consommation, de satisfaction
	QUESTION N° 2	A2	Analyser les résultats d'enquête de consommation, de satisfaction
	QUESTION N° 3a	c3	Dégager et expliciter l'évolution des besoins
	QUESTION N° 3b	c4	Formuler et justifier quelques suggestions concrètes pour l'adaptation du point de vente

LISTE NON EXHAUSTIVE

ACADEMIE DE CAEN	BEP	Session 1999
Durée : 2 h 30	Feuille 1/6	VENTE ACTION MARCHANDE
CORRIGE EP 2		Travaux liés à l'organisation de la distribution, à la communication et à la gestion commerciale

BAREME

<i>PREMIER TRAVAIL</i>		20
PARTIE N°1	QUESTION N° 1	4
PARTIE N°2	QUESTION N° 1	1
	QUESTION N° 2	1
	QUESTION N° 3	3
	QUESTION N° 4	3
PARTIE N°3	QUESTION N° 1	9
	QUESTION N° 2	5
<i>DEUXIEME TRAVAIL</i>		18
	QUESTION N° 1	a
	QUESTION N° 2a	3
	QUESTION N° 2b	7
<i>TROISIEME TRAVAIL</i>		11
	QUESTION N° 1	6
	QUESTION N° 2	6
	QUESTION N° 3a	2
	QUESTION N° 3b	3
<i>QUATRIEME TRAVAIL</i>		18
	QUESTION N° 1a	1
	QUESTION N° 1 b	4
	QUESTION N° 1c	2
	QUESTION N° 2	3
	QUESTION N° 3a	3
	QUESTION N° 3b	6

TOTAL

80

PARTIE N° 1

1°) ANNEXE N° 1 : Justifiez l'emplacement choisi pour les rayons **4 points**

- Bazar saisonnier 1 point
Dans l'allée principale, passage obligé, favorise l'achat d'impulsion
- Boucherie 1 point ↗ + au fond du magasin, en zone froide, pour obliger les clients à parcourir le magasin.
A proximité des chambres froides et de l'atelier de découpage : service et réassort faciles
- Cd-Vidéo 2 points
Dans la zone chaude, à proximité de l'accueil (surveillance, prévention des vols) {1 point}, zone calme permettant au client de choisir tranquillement ses achats (1 point).

PARTIE N°2

1°) Linéaire au sol de la gondole du rayon « plats cuisinés » ? 1 point

133 cm

2°) Linéaire développé ? 1 point

133cm X 6 niveaux = 798 cm

3°) Nombre de frontales 3 points

133 cm divisé par 10,8 cm diamètre d'une boîte = 12,31 12 boîtes

4°) Capacité de stockage ? 3 points

Frontales : 12

Hauteur 36 divisé par 11.8 = 3.05 3 boîtes

Profondeur 42 divisé par 10.8 = 3.88 3 boîtes

Capacité de stockage 12 x 3 x 3 = 108 boîtes

PARTIE N° 3

1°) ANNEXE N° 4 9 points (noter par ligne)

Chiffre d'affaires total hors taxes	2 516.00 F	2 310.00 F	3 433.50 F	1 point
Marge brute unitaire	3.50 F	3.00 F	4.60 F	2 points
Marge brute totale	595.00 F	450.00 F	966.00 F	1 point
Taux de marque	23.65%	19.48%	28.13%	2 points
Quantité vendue par mètre linéaire	393.52	277.78	648.15	1 point
Chiffre d'affaires par mètre linéaire	5 824.07 F	4 277.78 F	10 597.22 F	1 point
Marge brute par mètre linéaire	1 377.31 F	833.33 F	2 981.48 F	1 point

CHILI	
Quantité par mètre linéaire	530.20
Chiffre d'affaire par mètre linéaire	8 180.70 F
Large brute par mètre linéaire	1 930.50 F
Constat (2 points)	Productivité > rentabilité > référence productive <?t rentable
solution préconisée (3 points)	Augmenter la part de linéaire

DEUXIEME TRAVAIL

1°) QUESTION
ANNEXE N° 8

8 POINTS
BORDEREAU DE PRECOMPTABILISATION

DATE	LIBELLE	N° DE COMPTE	INTITULE	DEBIT	CREDIT
01/01/99	FACT N-1412 GARAGE RENAULT	218200	MATERIEL DE TRANSPORT	76000.00 F	
		445620	ETAT, TVA DEDUCTIBLE SUR IMMOBILISATION	15656.00 F	
		512000	BANQUE SOCIETE GENERALE		91656.00 F
		TOTAL		91 656.00 F	91 656.00 F

**1 POINT POUR LE LIBELLE
1 POINT PAR NOM ET N° DE COMPTE
1 POINT PAR MONTANT (honnis le total)**

2°a) QUESTION 3 POINTS

L'AMORTISSEMENT CONSTATE LA DEPRECIATION DES IMMOBILISATIONS (USURE OU OBSOLESCENCE)

2°b) QUESTION 7 POINTS

ANNEXE N° TABLEAU D'AMORTISSEMENT

NATURE DE L'IMMOBILISATION : Camionette KANGOO n° 7894 YA 14				
DATE DE MISE EN SERVICE : 01/01/1999				
Durée d'amortissement : 5 ans		Taux d'amortissement : ...20%.....		
ANNEE	VALEUR AMORTISSABLE	ANNUITE	CUMUL DES AMORTISSEMENTS	VALEUR NETTE COMPTABLE
1999	76 000.00 F	15 200.00 F	15 200.00 F	60 800.00 F
2000	76 000.00 F	15 200.00 F	30 400.00 F	45 600.00 F
2001	76 000.00 F	15 200.00 F	45 600.00 F	30 400.00 F
2002	76 000.00 F	15 200.00 F	60 800.00 F	15 200.00 F
2003	76 000.00 F	15 200.00 F	76 000.00 F	- F

1 POINT PAR LIGNE

2 POINT POUR LE TAUX D'AMORTISSEMENT

TROISIEME TRAVAIL

1° Question 6 points

Compter 1 point par problème recensé. Enlever 1 point si les problèmes de conversion et le double affichage ne sont pas évoqués.

Problèmes rencontrés

VIS A VIS DES CONSOMMATEURS	DANS L'ORGANISATION
Problèmes des prix psychologiques	<u>Double affichage (si oublié - 1 point)</u>
Information	Double caisse, double comptabilité
Méfiance par rapport au prix	Formation du personnel
Manque de référence	Matériel informatique
<u>Difficultés de conversion (si oublié - 1 point)</u>	Détermination des prix
	Surcoûts de ces actions

2° Question 6 points (2 points par article)

- Pop-corn au caramel (le lot de 3) : 5,95 francs
 $5.95/6.55957 = 0.9070716525626$ 0.91 euros
- Bouquet composé : 15,95 francs
 $15.95/6.55957 = 2.431561824937$ **2.43** euros
- Calgon anti-calcaire : 49,95 francs
 $49.95/6.55957 = 7.614828411009$ **7.61** euros

3° Question 5 points

3a) 2 point

C'est une représentation graphique d'une marque ou d'un organisme permettant sa reconnaissance.

3b) 3 points

Oui, car cela serait une publicité trompeuse ou mensongère.

QUATRIÈME TRAVAIL

1° ANNEXE N°12

1a) 1 point

Les hypers et supermarchés.

1 b) 4 points (2 points par réponse exacte)

Clientèle hyper :

Clients jeunes (25-34 ans), clients à faibles revenus, personnes vivant en milieu urbain.

Clientèle super :

Clients âgés, ruraux ou semi-ruraux

1c) 2 points

- Pour environ 50%, c'est une nécessité
- Pour 30%, c'est une corvée
- Pour 22%, c'est un moment agréable

2° 3 points (0.5 points par avantage ou inconvénient)

Avantages

Le choix

Le gain de temps

Les prix bas

Inconvénients

La queue aux caisses

Poussent à la consommation

Absence de conseils et de vendeurs

3° ANNEXE N°12

3a) 3 points (1 point par réponse exacte)

La diversité de l'offre (innovations, variété et qualité des MDD, richesse des références).

Résolution des problèmes logistiques (queue, **affichage**, tristesse des magasins).

Absence de vendeurs

3b) 6 points

1.5 par proposition valable