



017X18

إلى السيدات واللadies:

مدبرة ومديري الأكاديميات الجهوية للتربية والتكوين

المديرين الجهويين لمكتب التكوين المهني وإنعاش الشغل

المديرات والمديرين الإقليميين

مدبرات ومديري مراكز تنمية الكفاءات بقطاع التكوين المهني وإنعاش الشغل

مفتشات ومفتشي التعليم الثانوي التأهيلي

مدبرات ومديري مراكز التكوين المهني وإنعاش الشغل

مدبرات ومديري الثانويات التأهيلية العمومية والخصوصية

المكونات والمكونين للمواد المهنية العاملين بـ مراكز التكوين

الموضوع: المسالك المهنية للبكالوريا المغربية - الأطر المرجعية لاختبارات الامتحان الوطني الموحد للبكالوريا

- الاختبار التوليفي في المواد المهنية : شعبة الخدمات - مسلك التجارة -

المراجع : - قرار وزير التربية الوطنية والتكوين المهني رقم 52.16 صادر في 23 ربيع الأول 1437 (04 يناير 2016) بتغيير وتنقيح قرار وزير التربية الوطنية والتعليم العالي وتكوين الأطر والبحث العلمي رقم 2385.06 بتاريخ 23 رمضان 1427 (16 أكتوبر 2006) في شأن تنظيم امتحانات نيل شهادة البكالوريا ؛
- مقرر وزير التربية الوطنية رقم 16-029-029 صادر في 13 ماي 2016 موافق ل 06 شعبان 1437 بشان دفتر مساطر تنظيم امتحانات نيل شهادة البكالوريا ؛
- مذكرة رقم 39 بتاريخ 26 فبراير 2010 في شأن الأطر المرجعية لاختبارات الامتحان الوطني الموحد للبكالوريا ؛
- مذكرة رقم 105/14 بتاريخ 05 يونيو 2014 في شأن تحبيب الأطر المرجعية لاختبارات الامتحان الوطني الموحد للبكالوريا.

سلامة ووجود مولانا الإمام،

وبعد، فمواصلة للجهود الرامية إلى الرفع من جودة التكوين، وانسجاما مع التوجهات الهدافة إلى تحسين الممارسة التقويمية والرفع من مصداقيتها، وضمانا لمصداقية نتائج امتحان نيل شهادة البكالوريا المهنية وموثوقيتها، وكذا جعل القرارات المترتبة عنها تعكس بدقة أداء المترشحات والمترشحين، وفي سياق إرساء المسالك المهنية للبكالوريا المغربية، عملت الوزارة على إعداد الأطر المرجعية الخاصة بالاختبار التوليفي في المواد المهنية، قصد اعتمادها في بناء مواضيع اختبارات المواد المعنية بالامتحان المذكور ابتداء من الموسم الدراسي الحالي 2017-2018.

هذا وقد تم إعداد الأطر المرجعية المعنية والمصادقة عليها من طرف لجنة وطنية تخصصية بتمثيلية مراكز التكوين التي تحتضن البكالوريا المهنية.

1. الأهداف

تتحدد الأهداف من اعتماد الأطر المرجعية في:

- التحديد الأدق لما يجب أن يستهدفه الامتحان الوطني الموحد لنيل شهادة البكالوريا المهنية من كفايات ومهارات ومصامين وذلك بهدف التوجيه الأنفع لتدخلات مختلف الفنات المعنية بإعداد المترشحين والمترشحات لاجتياز هذا الامتحان؛
- الرفع من درجة صلاحية امتحان نيل شهادة البكالوريا المهنية بجعله أكثر تغطية وتمثيلية لمرجع التكوين الرسمي؛
- تدقيق الأساس التعاوني للامتحان بالنسبة لجميع الأطراف المعنية من مكونات ومكونين وتلاميذ ولجن إعداد المواضيع؛
- اعتماد معيار وطني موحد لتقدير مواضيع امتحان نيل شهادة البكالوريا المهنية.

2. بنية الإطار المرجعي

يستند وضع الأطر المرجعية لمواضيع امتحان نيل شهادة البكالوريا المهنية على التحديد الدقيق والإجرائي لمعالم التحصيل النموذجي للتلاميذ عند نهاية الدراسة والتكوين بمسالك البكالوريا المهنية وذلك من خلال:

- ضبط المجالات المقررة بمراجع التكوين مع حصر درجة الأهمية بالنسبة لكل مجال من مجالاتها؛
- تحديد الكفايات والمهارات والقدرات المسطرة تحديداً إجرائياً، بالنسبة لكل مستوى مهاري داخل مرجع التكوين الرسمي؛
- تحديد شروط الإنجاز.

3. توظيف الإطار المرجعي

توظف الأطر المرجعية في بناء مواضيع الاختبارات المتعلقة بمختلف المواد المعنية بالامتحان وذلك بالاستناد إلى المعايير التالية:

1. التغطية : أن يغطي موضوع الامتحان كل المجالات المحددة في الإطار المرجعي الخاص بكل مادة دراسية.

2. التمثيلية : أن تعتمد درجة الأهمية المحددة في الإطار المرجعي لكل مجال من مجالات المواد الدراسية وكل كفاية أو مستوى مهاري في بناء موضوع الاختبار وذلك لضمان تمثيلية هذا الأخير للمنهاج الرسمي المقرر.

3. المطابقة : أن يتم التحقق من مطابقة الوضعيات الاختبارية للمحددات الواردة في الإطار المرجعي على ثلاثة مستويات:

- الكفايات والمهارات؛

- المواد الدراسية و مجالاتها؛

- شروط الإنجاز.

هذا، وحتى يحقق هذا الإجراء الأهداف المتوقعة منه، باعتباره خطوة أساسية للرفع من صلاحية وموثوقية امتحان نيل شهادة البكالوريا المهنية، يشرفني أن أطلب منكم الحرص على تنفيذ ما يلي:

- استنساخ هذه المذكرة وتوزيعها على المعندين بالموضوع، مع العمل على إطلاع مختلف المترشحين والمترشحات لامتحان نيل شهادة البكالوريا المهنية على فحواها؛
- تمكين السيدات والسادة مديرات ومديري الدراسات ومديرات ومديري مراكز تنمية الكفايات بمراكز التكوين من عقد اجتماعات ولقاءات تربوية لإطلاع المتتدخلين المعندين على مضامين الأطر المرجعية مع التأكيد على ضرورة اعتماد هذه الأخيرة في تأطير المكلفين بإعداد اقتراحات مواضيع الامتحان الوطني الموحد لنيل شهادة البكالوريا المهنية ابتداء من دورة 2018؛
- دعوة السيدات والسادة مديرات ومديري مراكز تنمية الكفاءات ومديرات ومديري الدراسات بمراكز التكوين إلى تنظيم لقاءات تربوية مع السيدات والسادة المكونات والمكونين لاعتماد هذه الأداة في التخطيط للتدريس والتكوين وتوظيفها في إعداد فروض المراقبة المستمرة.

واعتبرًا للأهمية البالغة التي يكتسيها هذا الموضوع، فإنني أهيب بالجميع، كل من موقعه، إيلاء كل الاهتمام والعناية اللازمتين.

والصلوة.

عن الوزير ويتلويون منه
الكاتب العام
لقطاع التربية الوطنية
يوسف بلقاسمي



Cadre de référence de l'examen national du baccalauréat Professionnel
Discipline : Épreuve de synthèse en matières professionnelles
Filière: **COMMERCE**

Janvier 2018

الامتحان الموحد الوظيفي لنيل شهادة البكالوريا المهنية -2018
الإطار المرجعي للختبار الخاص بمكون الاختبار التوليفي المهني
تخصص: تجارة

Épreuve de synthèse professionnelle
Spécialité : COMMERCE

I- Programme :

Domaine 1 : Gestion des points de vente

Module	Compétence	Contenu	Élément du programme faisant l'objet d'évaluation en examen national
Univers de la distribution	Connaitre la distribution : ses origines, sa dynamique et son évolution	<ul style="list-style-type: none"> Les fonctions de la distribution : Fonctions transactionnelles ; Fonctions relationnelles ; Fonctions expérientielles Les différents types de la distribution; Hors magasin (La vente à distance; Le télé achat ; L'e-commerce; Les groupes intégrés; Les groupements d'indépendance; Les réseaux de franchise; Les groupements e-commerce) 	<ul style="list-style-type: none"> Les fonctions de la distribution : Fonctions transactionnelles ; Fonctions relationnelles ; Fonctions expérientielles Les différents types de la distribution ; Hors magasin (La vente à distance ; Le télé achat ; L'e-commerce ; Les groupes intégrés ; Les groupements d'indépendance ; Les réseaux de franchise ; Les groupements e-commerce)
Gestion de la dynamique d'enseigne	La grande distribution : stratégie de l'enseigne :	<ul style="list-style-type: none"> Définition Socle stratégique Les compétences clés de l'enseigne Le positionnement d'une enseigne Construction d'une différence durable 	<ul style="list-style-type: none"> Définition Le positionnement d'une enseigne
Les facteurs affectant l'évolution de la distribution au Maroc		<ul style="list-style-type: none"> La cohérence de concept d'enseigne Comment lancer une nouvelle enseigne 	<ul style="list-style-type: none"> La cohérence de concept d'enseigne
		<ul style="list-style-type: none"> Les grandes surfaces au Maroc Dates de création Répartition par ville Perspectives de développement 	<ul style="list-style-type: none"> Les grandes surfaces au Maroc Perspectives de développement

Module	Compétence	Contenu	Élément du programme faisant l'objet d'évaluation en examen national
	Sélectionner les fournisseurs	<ul style="list-style-type: none"> • Lancer un appel d'offres • Collecter les propositions • Dresser le tableau de comparaison • Choisir le fournisseur le moins disant 	<ul style="list-style-type: none"> • Lancer un appel d'offres • Collecter les propositions • Dresser le tableau de comparaison • Choisir le fournisseur le moins disant
	Effectuer les commandes	<ul style="list-style-type: none"> • Remplir le cadencier • Déterminer les quantités à commander • Préparer et lancer la commande 	<ul style="list-style-type: none"> • Remplir le cadencier • Déterminer les quantités à commander • Préparer et lancer la commande
Gestion des approvisionnement		<ul style="list-style-type: none"> • Vérifier la concordance entre la marchandise commandée et la marchandise reçue. • Relever les écarts • Éditer les bons nécessaires • Manipuler soigneusement la marchandise. 	<ul style="list-style-type: none"> • Vérifier la concordance entre la marchandise commandée et la marchandise reçue. • Relever les écarts • Éditer les bons nécessaires • Manipuler soigneusement la marchandise.
	Préparer la marchandise	<ul style="list-style-type: none"> • Respecter les règles d'étiquetage de l'entreprise • Respecter la réglementation sur l'affichage. • Respecter les lieux et les températures de stockage • Assurer la propreté des réserves 	<ul style="list-style-type: none"> • Respecter les méthodes de valorisation des sorties appliquées par l'entreprise (FIFO, LIFO, CMUP)
	Stocker la marchandise	<ul style="list-style-type: none"> • Respecter les méthodes de valorisation des sorties appliquées par l'entreprise (FIFO, LIFO, CMUP) 	<ul style="list-style-type: none"> • Respecter les méthodes de valorisation des sorties appliquées par l'entreprise (FIFO, LIFO, CMUP)
	Approvisionner les rayons, les étagères et les présentoirs	<ul style="list-style-type: none"> • Appliquer la rotation des stocks • Respecter les méthodes d'étalage de l'entreprise 	<ul style="list-style-type: none"> • Appliquer la rotation des stocks • Respecter les méthodes d'étalage de l'entreprise

Module	Compétence	Contenu	Élément du programme faisant l'objet d'évaluation en examen national
Gestion des approvisionnement	Effectuer des inventaires	<ul style="list-style-type: none"> • S'assurer de l'exactitude des opérations de comptages, de contrôle et de relevé d'inventaire • Justifier les écarts relevés 	<ul style="list-style-type: none"> • S'assurer de l'exactitude des opérations de comptages, de contrôle et de relevé d'inventaire • Justifier les écarts relevés
	Gérer les stocks	<ul style="list-style-type: none"> • Distinguer les différents niveaux des stocks • Calculer la rotation des stocks • Calculer les coûts des stocks • Déterminer le nombre optimal des commandes selon WILSON • Gérer les stocks par importance (ABC, 20/80) • Déterminer les dates de commandes/dates de livraison 	<ul style="list-style-type: none"> • Distinguer les différents niveaux des stocks • Calculer la rotation des stocks • Calculer les coûts des stocks • Déterminer le nombre optimal des commandes selon WILSON • Gérer les stocks par importance (ABC, 20/80)
	Connaître le principe du géomarketing	<ul style="list-style-type: none"> • L'importance du géomarketing dans l'évolution du marketing de la grande distribution, 	
Merchandising			
			<ul style="list-style-type: none"> • Étude de la zone de chalandise • Établissement de la carte de la zone de chalandise • Évaluation du potentiel de la zone de chalandise • Choix de la localisation du point de vente • Calcul du chiffre d'affaires prévisionnel du point de vente (les étapes)

Module	Compétence	Contenu	Élément du programme faisant l'objet d'évaluation en examen national
	Connaitre et mettre en place le marchage du point de vente	<ul style="list-style-type: none"> • La politique du produit • L'offre de produit : l'assortiment • L'offre de service • La politique de prix • La politique de communication • Mesure de l'efficacité du point de vente (indicateurs de performance) : Analyse quantitative, Analyse qualitative 	<ul style="list-style-type: none"> • L'offre de produit : l'assortiment • L'offre de service • La politique de prix • La politique de communication • Mesure de l'efficacité du point de vente (indicateurs de performance) : Analyse quantitative, Analyse qualitative
	Décider de l'agencement d'une surface de vente	<ul style="list-style-type: none"> • agencement des surfaces de vente • construction d'un assortiment • implantation des univers, rayons, et/ou catégories de produits 	<ul style="list-style-type: none"> • agencement des surfaces de vente • construction d'un assortiment • implantation des univers, rayons, et/ou catégories de produits
	Donner des précisions sur l'emplacement des produits	<ul style="list-style-type: none"> • Les critères quantitatifs et qualitatifs de répartition du linéaire entre les produits • L'élaboration des planigrammes • Le contrôle de l'utilisation du linéaire 	<ul style="list-style-type: none"> • Les critères quantitatifs et qualitatifs de répartition du linéaire entre les produits • Le contrôle de l'utilisation du linéaire

Module	Compétence	Contenu
	Évaluer les résultats des ventes	<ul style="list-style-type: none"> Détermination et calculs des différents ratios ; - Taux de rotation ; - Chiffre d'affaire au mètre ; - Marge au mètre ; La part de la marque dans le chiffre d'affaires ; La part de la marque dans la marge totale ; Part de la marque dans le linéaire ; Indice de sensibilité au chiffre d'affaires ; Indice de sensibilité à la marge ; Interprétation appropriée des ratios... Recommandation sur les ratios à utiliser compte tenu de la stratégie du chef d'entreprise Proposer des actions pour améliorer l'activité du magasin
	Appréhender les évolutions récentes du merchandising	<ul style="list-style-type: none"> Les grands magasins et les centres commerciaux Le merchandising sur Internet
	Déterminer l'intérêt et la cible de la promotion des ventes	<ul style="list-style-type: none"> Présenter la cible et Les objectifs de la promotion des ventes pour l'entreprise
	Promotion des ventes	<ul style="list-style-type: none"> Présentation des différentes stratégies de promotion : Publicité ; Relation publique ; Promotion des ventes ; Direct mail (publipostage) ; Présentation des techniques promotionnelles de vente (réduction de prix, jeu, couponnage, prime...)

Module	Compétence	Contenu	Élément du programme faisant l'objet d'évaluation en examen national
	Concevoir un message publicitaire	<ul style="list-style-type: none"> Choix approprié du message Détermination précise du contenu du message Qualité de la présentation Détermination juste du budget Choix approprié des médias et des supports publicitaires 	<ul style="list-style-type: none"> Détermination précise du contenu du message Qualité de la présentation Choix approprié des médias et des supports publicitaires
Promotion des ventes	Mettre en place et suivre l'action promotionnelle. Evaluer les résultats	<ul style="list-style-type: none"> Afficher, réapprovisionner et suivre les ventes et les stocks. Collecter des renseignements pertinents en vue d'évaluer les résultats Interpréter les résultats Choisir les moyens de relance et de repositionnement Transmettre les résultats et les recommandations, dans un rapport 	<ul style="list-style-type: none"> Calculer le prix de vente promotionnel Calculer le CA promotionnel Déduire la marge nette Prendre en considération les frais promotionnels
Gestion des moyens de paiement	Calculer un prix de vente	<ul style="list-style-type: none"> Détermination juste du prix de vente en utilisant : Le coefficient multiplicateur ; Les taux de marge et taux de marque ; du cycle de vie du produit. 	

Module	Compétence	Contenu	Élément du programme faisant l'objet d'évaluation en examen national
	Préparer une facture et effectue les calculs nécessaires.	<ul style="list-style-type: none"> Utilisation pertinente du vocabulaire lié à la fixation des prix. Présence de toutes les données exigées. Exactitude de ces données. Exactitude des calculs relatifs aux : réductions commerciales ; escomptes ; devises étrangères. 	<ul style="list-style-type: none"> Vérification appropriée du matériel, de l'équipement et du fonds de caisse. Perception exacte du paiement Remise exacte de la monnaie Respect des procédures relatives à chaque mode de paiement (espèce, chèque, cartes monétiques...) Rapidité d'exécution Respect des règles de la courtoisie : discretion ; attitude sympathique dans des situations problématiques Respect des règles de fermeture de la caisse Application appropriée des mesures de sécurité au cours des opérations de caisse. Precision des renseignements dans le rapport de caisse. Report exact des données sur le bordereau de dépôt.

Domaine 2 : GRC, e-commerce et création d'entreprise		Contenu	Élement du programme faisant l'objet d'évaluation en examen national
Module	Compétence		
Gestion de la relation client	Décrire les mesures de fidélisation de la clientèle	<ul style="list-style-type: none"> Information régulière des clients sur les nouveautés Information régulière des clients sur les promotions périodiques Information régulière des clients sur les changements au niveau de l'entreprise (procédures, départ d'un agent commercial) Mesures initiatives : ristournes, remises, cadeaux, concours, réceptions, Visites de contrôle de la satisfaction des clients par rapport aux prestations des agents commerciaux (assurées par le personnel d'encadrement des commerciaux) 	<ul style="list-style-type: none"> Information régulière des clients sur les nouveautés Information régulière des clients sur les promotions périodiques Information régulière des clients sur les changements au niveau de l'entreprise (procédures, départ d'un agent commercial) Mesures initiatives : ristournes, remises, cadeaux, concours, réceptions, scoring RFM Visites de contrôle de la satisfaction des clients par rapport aux prestations des agents commerciaux (assurées par le personnel d'encadrement des commerciaux)
	Décrire le processus de gestion des réclamations de la clientèle	<ul style="list-style-type: none"> Création d'un fichier à part de clients mécontents Détection des raisons de mécontentement de ces clients Traitement des réclamations détectées Calcul des ratios : taux de réclamations, taux de perte 	<ul style="list-style-type: none"> Création d'un fichier à part de clients mécontents Détection des raisons de mécontentement de ces clients Traitement des réclamations détectées Calcul des ratios : taux de réclamations, taux de perte
	Gérer la relation clientèle à distance	<ul style="list-style-type: none"> Utilisation du téléphone ; Utilisation du courrier ; Utilisation de l'Internet. 	<ul style="list-style-type: none"> Utilisation du téléphone Guide d'entretien téléphonique (CROC + Traitement des objections) ;

Module	Compétence	Contenu	Élément du programme faisant l'objet d'évaluation en examen national
	<p>Comprendre l'obligation et l'opportunité d'être présent sur internet</p> <p>Mettre en avant les services liés à une solution de commerce électronique</p>	<ul style="list-style-type: none"> Appréhender Internet comme un outil de communication institutionnel, de présentation des produits et services et de personnalisation de la relation avec le client. Comprendre la notion de site Web marchand comme un outil virtuel de gestion de la relation commerciale de l'entreprise avec ses différents publics ; Découvrir les pratiques nouvelles en la matière : (<i>M-commerce : Commerce Mobile</i>) Comprendre la notion de nom de domaine, savoir l'acheter et l'enregistrer. Décrire le processus de commande depuis le choix des produits et services jusqu'à la confirmation de la commande Comprendre la notion de paiement électronique, les différents acteurs qui y interviennent ; et les solutions de sécurité possibles. Savoir proposer des services à valeur ajoutée : (sceaux et labels, conseil, Webzines ; Foire aux questions) Savoir mener une étude de marché sur internet Savoir construire un mix marketing adéquat sur internet Lister Les clés d'un e-merchandising réussi (environnement du site, page d'accueil, assortiment, emplacements) savoir promouvoir la présence sur internet : (positionnement, référencement, affiliation, publicité) 	<ul style="list-style-type: none"> Apprécier le marché du E-Commerce : (formes et opérateurs, profils des internautes, chiffres du e-commerce) Appréhender Internet comme un outil de communication institutionnel, de présentation des produits et services et de personnalisation de la relation avec le client. Comprendre la notion de site Web marchand comme un outil virtuel de gestion de la relation commerciale de l'entreprise avec ses différents publics ; Découvrir les pratiques nouvelles en la matière : (<i>M-commerce : Commerce Mobile</i>) Comprendre la notion de nom de domaine, savoir l'acheter et l'enregistrer. Décrire le processus de commande depuis le choix des produits et services jusqu'à la confirmation de la commande Comprendre la notion de paiement électronique, les différents acteurs qui y interviennent ; et les solutions de sécurité possibles. Savoir proposer des services à valeur ajoutée : (sceaux et labels, conseil, Webzines ; Foire aux questions)
			<p>Savoir développer un merchandising et un marketing électroniques</p>

Module	Compétence	Contenu	Élément du programme faisant l'objet d'évaluation en examen national
E-commerce	Savoir gérer l'après-vente et la logistique en commerce électronique	<ul style="list-style-type: none"> • Analyser l'importance du service après-vente et de la logistique dans le commerce électronique ; • Comprendre les moyens à mettre en œuvre pour gérer les commandes et les retours éventuels en commerce électronique ; • Savoir organiser sa logistique 	
Gestion commercial par logiciel	Paramétrier le logiciel de gestion commerciale	<ul style="list-style-type: none"> • Produire des documents de vente • Gérer les documents de livraison • Produire des factures • Gérer des articles de stocks • Gérer les documents d'achat • Gérer des abonnements • Gérer les documents de stock • Saisie des règlements 	
Trouver une idée	Connaitre les organismes d'accompagnement et financement	<ul style="list-style-type: none"> • Idée de projet 	<ul style="list-style-type: none"> • Les organismes d'aide et d'accompagnement à la création d'entreprise
Création d'entreprise	Réaliser l'étude de faisabilité	<ul style="list-style-type: none"> • Élaboration du plan d'affaire (business plan) • Étude économique et commerciale • Étude technique • Étude financière 	<ul style="list-style-type: none"> • Élaboration du plan d'affaire (business plan) • Étude économique et commerciale • Étude technique • Étude financière
	Connaître la procédure globale de création d'entreprise	<ul style="list-style-type: none"> • Procédure juridique, fiscale et administrative de création d'entreprise 	<ul style="list-style-type: none"> • Procédure juridique, fiscale et administrative de création d'entreprise

II - Tableau des spécifications contenus du référentiel faisant objet de l'évaluation à l'examen national :

Domaines	Modules	Masses horaires		Barème approximatif	
		Nombre d'heures	%	Modules	Domaines
Partie 1 : Gestion des points de vente	Univers de la distribution	60 H	12 %	2.50 points	
	Gestion des approvisionnements	60 H	12 %	2.50 points	
	Merchandising	100 H	21 %	4.00 points	12.50 points
	Promotion des ventes	60 H	12 %	2.50 points	
Partie 2 : GRC, e-commerce et Création d'entreprise	Gestion des moyens de paiement	30 H	7 %	1.00 points	
	Gestion de la relation client	60 H	12 %	2.50 points	
	E-Commerce	60 H	12 %	2.50 points	07.50 points
	Création d'entreprise	60 H	12 %	2.50 points	
TOTAL		490 H	100%	20 points	20 points

- N.B. :
 - ✓ Une marge de tolérance d'un point et demi est acceptable entre les deux parties
 - ✓ 0.5 point, incluse dans la note sur 20, sera accordé à la présentation de la copie.

III - Présentation du sujet :

- 1- L'épreuve sera composée de deux parties selon le tableau de spécification des contenus (Tableau II) :
 - Première partie : Gestion des points de vente d'une durée de quatre heures ;
 - Deuxième partie : GRC, e-commerce et Création d'entreprise d'une durée de deux heures.
- 2- L'épreuve portera sur l'étude d'un ou plusieurs cas réels ou fictifs;
- 3- Chaque partie se présentera sous forme de dossiers indépendants afférents à un ou plusieurs modules;
- 4- Chaque dossier doit comporter des supports clairs, simples et variés (textes, tableaux statistiques, graphiques, ...);
- 5- Les dossiers e-commerce et création d'entreprise ne doivent, en aucun cas, porter sur des exercices de calcul ;
- 6- Chaque dossier doit contenir un barème global et un barème détaillé par items en respectant le tableau de spécification des contenus (TableauII)
- afin de donner à l'élève la structure générale de la notation du sujet ;
- 7- Les items doivent être formulés avec des verbes d'actions et un vocabulaire simple et compréhensible ;
- 8- Les travaux à faire peuvent se présenter sous forme de questions fermées (QCM, texte lacunaire, questions dichotomiques...);
- 9- Les formules de calculs commerciaux peuvent, si nécessaire, être fournies en annexes.

IV-Correction :

- 1- Le corrigé indicatif comportera un barème détaillé (Note sur vingt multipliée par le coefficient) ;
- 2- Le corrigé indicatif est structuré selon l'ordre des dossiers et questions ;
- 3- Le correcteur doit respecter les consignes du guide de correction ;
- 4- Le correcteur doit ramener la note finale de l'élève sur 20 (vingt) ;
- 5- Le correcteur prendra en considération les réponses logiques des élèves ;
- 6- Il évitera la double sanction : notera le commentaire correct d'un résultat faux, la démarche correcte sur la base d'éléments de calcul faux,...
- 7- Il notera strictement les idées en évitant l'influence des erreurs d'orthographe ;
- 8- 0,5 point de la note sur vingt, sera consacrée à la présentation soignée de la copie de l'élève.

N.B. L'élève est appelé à :

- a. Éviter les ratures et surcharges ;
- b. Aérer le texte (marges, interlignes) ;
- c. Présenter chaque dossier dans une feuille séparée ;
- d. Numéroter les réponses et le n° du dossier y afférent ;
- e. Encadrer les résultats ;
- f. Utiliser la règle pour le traçage des tableaux et graphiques ;
- g. Utiliser une calculatrice non programmable.