

Royaume du Maroc



Ministère de l'Éducation Nationale,
du Préscolaire et des Sports

**Cadres de référence de l'examen national
du
Baccalauréat professionnel
-
EPREUVE DE SYNTHESE EN MATIERES PROFESSIONNELLES
-
Filière : COMMERCE**

Version : 2022



Centre National de l'Évaluation et des Examens

الامتحان الموحد الوطني لنيل شهادة البكالوريا المهنية
الإطار المرجعي للاختبار الخاص بمكون الاختبار التركيبي المهني - 2022 -
تخصص: تجارة

Épreuve de synthèse professionnelle
Spécialité : COMMERCE

I- Programme : Domaine 1 : Gestion des points de vente

MODULE	PRÉCISIONS	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DU CONTENU FAISANT L'OBJET D'ÉVALUATION EN EXAMEN NATIONAL
Gestion des Approvisionnements	1. Sélectionner les fournisseurs	1.1. Lancer un appel d'offres 1.2. Collecter les propositions 1.3. Dresser le tableau de comparaison 1.4. Choisir le fournisseur le moins disant	1.1. Lancer un appel d'offres 1.2. Collecter les propositions 1.3. Dresser le tableau de comparaison 1.4. Choisir le fournisseur le moins disant
	2. Effectuer les commandes	2.1. Remplir le cadencier 2.2. Déterminer les quantités à commander 2.3. Préparer et lancer la commande	2.1. Remplir le cadencier 2.2. Déterminer les quantités à commander 2.3. Préparer et lancer la commande
	3. Recevoir la marchandise	3.1. Vérifier la concordance entre la marchandise commandée et la marchandise reçue 3.2. Relever les écarts 3.3. Éditer les bons nécessaires 3.4. Manipuler soigneusement la marchandise	3.1. Vérifier la concordance entre la marchandise commandée et la marchandise reçue 3.2. Relever les écarts 3.3. Éditer les bons nécessaires



المسالك المهنية للبكالوريا - الإطار المرجعي للاختبار الوطني الموحد للبكالوريا - 2022 -
 - الاختبار التركيبي في المواد المهنية - : شعبة الخدمات - مسلك التجارة
 - المركز الوطني للتقويم والامتحانات
 الهاتف : 0537.71.44.53/52 - الفاكس : 0537.71.44.09 البريد الإلكتروني : cneebac@gmail.com

	4. Préparer la marchandise	<p>4.1. Respecter les règles d'étiquetage de l'entreprise</p> <p>4.2. Respecter la réglementation sur l'affichage</p>	<p>4.1. Respecter les règles d'étiquetage de l'entreprise</p> <p>4.2. Respecter la réglementation sur l'affichage</p>
	5. Stocker la marchandise	<p>5.1. Respecter les lieux et les températures de stockage</p> <p>5.2. Assurer la propreté des réserves</p> <p>5.3. Respecter les méthodes de valorisation des sorties appliquées par l'entreprise (FIFO, LIFO, CMUP...)</p>	<p>5.3 Respecter les méthodes de valorisation des sorties appliquées par l'entreprise (FIFO, LIFO, CMUP...)</p>
	6. Approvisionner les rayons, les étalages et les présentoirs	<p>6.1. Appliquer la rotation des stocks</p> <p>6.2. Respecter les méthodes d'étalage de l'entreprise</p>	<p>6.1. Appliquer la rotation des stocks</p>
	7. Effectuer des inventaires	<p>7.1. S'assurer de l'exactitude des opérations de comptages, de contrôle et de relevé d'inventaire</p> <p>7.2. Justifier les écarts relevés</p>	<p>7.1. S'assurer de l'exactitude des opérations de comptages, de contrôle et de relevé d'inventaire</p> <p>7.2. Justifier les écarts relevés</p>
	8. Gérer les stocks	<p>8.1. Distinguer les différents niveaux des stocks</p> <p>8.2. Calculer la rotation des stocks</p> <p>8.3. Calculer les coûts des stocks</p> <p>8.4. Déterminer le nombre optimal des commandes selon WILSON</p> <p>8.5. Gérer les stocks par importance (ABC, 20/80...)</p> <p>8.6. Déterminer les dates de commandes/dates de livraison</p>	<p>8.1. Distinguer les différents niveaux des stocks</p> <p>8.2. Calculer la rotation des stocks</p> <p>8.3. Calculer les coûts des stocks</p> <p>8.4. Déterminer le nombre optimal des commandes selon WILSON</p> <p>8.5. Gérer les stocks par importance (ABC, 20/80...)</p> <p>8.6. Déterminer les dates de commandes/dates de livraison</p>



MODULE	PRÉCISIONS	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DU CONTENU FAISANT L'OBJET D'ÉVALUATION EN EXAMEN NATIONAL
--------	------------	---------------------	---

المسالك المهنية للبكالوريا – الإطار المرجعي للامتحان الوطني الموحد للبكالوريا - 2022 -
الاختبار التوليقي في المواد المهنية - : شعبة الخدمات - مسالك التجارة

المركز الوطني للتقويم والامتحانات
cneebac@gmail.com : البريد الإلكتروني : 0537.71.44.09 الفاكس : 0537.71.44.53/52 : الهاتف

1. Connaître le principe du géomarketing	1.1. L'importance du géomarketing dans l'évolution du marketing de la grande distribution	2.1. Étude de la zone de chalandise 2.2. Établissement de la carte de la zone de chalandise 2.3. Évaluation du potentiel de la zone de chalandise 2.4. Choix de la localisation du point de vente 2.5. Calcul du chiffre d'affaires prévisionnel du point de vente
	2.1. Étude de la zone de chalandise 2.2. Établissement de la carte de la zone de chalandise 2.3. Évaluation du potentiel de la zone de chalandise 2.4. Choix de la localisation du point de vente 2.5. Calcul du chiffre d'affaires prévisionnel du point de vente	2.1. Étude de la zone de chalandise 2.2. Établissement de la carte de la zone de chalandise 2.3. Évaluation du potentiel de la zone de chalandise 2.4. Choix de la localisation du point de vente 2.5. Calcul du chiffre d'affaires prévisionnel du point de vente
2. Connaître les enjeux et les techniques d'implantation des points de vente	3.1. La politique du produit 3.2. L'offre de produit : l'assortiment 3.3. L'offre de service 3.4. La politique de prix 3.5. La politique de communication 3.6. Mesure de l'efficacité du point de vente (indicateurs de performance) : Analyse quantitative, Analyse qualitative	3.1. La politique du produit 3.2. L'offre de produit : l'assortiment 3.3. L'offre de service 3.4. La politique de prix 3.5. La politique de communication 3.6. Mesure de l'efficacité du point de vente (indicateurs de performance) : Analyse quantitative, Analyse qualitative
	3.1. La politique du produit 3.2. L'offre de produit : l'assortiment 3.3. L'offre de service 3.4. La politique de prix 3.5. La politique de communication 3.6. Mesure de l'efficacité du point de vente (indicateurs de performance) : Analyse quantitative, Analyse qualitative	3.1. La politique du produit 3.2. L'offre de produit : l'assortiment 3.3. L'offre de service 3.4. La politique de prix 3.5. La politique de communication 3.6. Mesure de l'efficacité du point de vente (indicateurs de performance) : Analyse quantitative, Analyse qualitative
3. Connaître et mettre en place le marché du point de vente	4.1. Agencement des surfaces de vente 4.2. Construction d'un assortiment 4.3. Implantation des univers, rayons, et/ou catégories de produits	4.1. Agencement des surfaces de vente 4.2. Construction d'un assortiment 4.3. Implantation des univers, rayons, et/ou catégories de produits
	4.1. Agencement des surfaces de vente 4.2. Construction d'un assortiment 4.3. Implantation des univers, rayons, et/ou catégories de produits	4.1. Agencement des surfaces de vente 4.2. Construction d'un assortiment 4.3. Implantation des univers, rayons, et/ou catégories de produits
4. Décider de l'agencement d'une surface de vente	5.1. Les critères quantitatifs et qualitatifs de répartition du linéaire entre les produits 5.2. L'élaboration des planogrammes 5.3. Le contrôle de l'utilisation du linéaire	5.1. Les critères quantitatifs et qualitatifs de répartition du linéaire entre les produits 5.2. L'élaboration des planogrammes 5.3. Le contrôle de l'utilisation du linéaire
	5.1. Les critères quantitatifs et qualitatifs de répartition du linéaire entre les produits 5.2. L'élaboration des planogrammes 5.3. Le contrôle de l'utilisation du linéaire	5.1. Les critères quantitatifs et qualitatifs de répartition du linéaire entre les produits 5.2. L'élaboration des planogrammes 5.3. Le contrôle de l'utilisation du linéaire
5. Donner des précisions sur l'emplacement des produits	6.1. Détermination et calculs des différents ratios : 6.1.1. Le taux de rotation 6.1.2. Le chiffre d'affaire au mètre 6.1.3. La marge au mètre	6.1. Détermination et calculs des différents ratios : 6.1.1. Le taux de rotation 6.1.2. Le chiffre d'affaire au mètre 6.1.3. La marge au mètre
	6.1. Détermination et calculs des différents ratios : 6.1.1. Le taux de rotation 6.1.2. Le chiffre d'affaire au mètre 6.1.3. La marge au mètre	6.1. Détermination et calculs des différents ratios : 6.1.1. Le taux de rotation 6.1.2. Le chiffre d'affaire au mètre 6.1.3. La marge au mètre
6. Évaluer les résultats des ventes	6.1.1. Le taux de rotation 6.1.2. Le chiffre d'affaire au mètre 6.1.3. La marge au mètre	6.1.1. Le taux de rotation 6.1.2. Le chiffre d'affaire au mètre 6.1.3. La marge au mètre
	6.1.1. Le taux de rotation 6.1.2. Le chiffre d'affaire au mètre 6.1.3. La marge au mètre	6.1.1. Le taux de rotation 6.1.2. Le chiffre d'affaire au mètre 6.1.3. La marge au mètre



	<p>6.1.4. La part de la marque dans le chiffre d'affaires</p> <p>6.1.5. La part de la marque dans la marge totale</p> <p>6.1.6. La part de la marque dans le linéaire</p> <p>6.1.7. L'indice de sensibilité au chiffre d'affaires</p> <p>6.1.8. L'indice de sensibilité à la marge</p> <p>6.2. Recommandation sur les ratios à utiliser compte tenu de la stratégie du chef d'entreprise</p> <p>6.3. Interprétation appropriée des ratios</p> <p>6.4. Proposer des actions pour améliorer l'activité du magasin</p>	<p>6.1.4. La part de la marque dans le chiffre d'affaires</p> <p>6.1.5. La part de la marque dans la marge totale</p> <p>6.1.6. La part de la marque dans le linéaire</p> <p>6.1.7. L'indice de sensibilité au chiffre d'affaires</p> <p>6.1.8. L'indice de sensibilité à la marge</p> <p>6.2. Recommandation sur les ratios à utiliser compte tenu de la stratégie du chef d'entreprise</p> <p>6.3. Interprétation appropriée des ratios</p> <p>6.4. Proposer des actions pour améliorer l'activité du magasin</p>
7. Appréhender les évolutions récentes du merchandising	<p>7.1. Les grands magasins et les centres commerciaux</p> <p>7.2. Le merchandising sur Internet</p>	<p>7.1. Les grands magasins et les centres commerciaux</p> <p>7.2. Le merchandising sur Internet</p>

MODULE	PRÉCISIONS	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DU CONTENU FAISANT L'OBJET D'ÉVALUATION EN EXAMEN NATIONAL
Promotion des Ventes	1. Déterminer l'intérêt et la cible de la promotion des ventes	<p>1.1. Présenter la cible de la promotion des ventes pour l'entreprise</p> <p>1.2. Présenter les objectifs de la promotion des ventes pour l'entreprise</p>	<p>1.1. Présenter la cible de la promotion des ventes pour l'entreprise</p> <p>1.2. Présenter les objectifs de la promotion des ventes pour l'entreprise</p>

2. Préparer et concevoir un message publicitaire	2.1. Choix approprié du message 2.2. Détermination précise du contenu du message 2.3. Qualité de la présentation 2.4. Détermination juste du budget 2.5. Choix approprié des médias et des supports publicitaires 2.6. Présentation des techniques promotionnelles de vente (réduction de prix, jeu, couponnage, prime...)	2.1. Choix approprié du message 2.2. Détermination précise du contenu du message 2.3. Qualité de la présentation 2.4. Détermination juste du budget 2.5. Choix approprié des médias et des supports publicitaires 2.6. Présentation des techniques promotionnelles de vente (réduction de prix, jeu, couponnage, prime...)
	3.1. Détermination d'un endroit stratégique 3.2. Détermination des ressources matérielles et humaines nécessaires 3.3. Utilisation appropriée de l'affichage 3.4. Application des principes d'étalage 3.5. Respect des plans d'aménagement	3.1. Détermination d'un endroit stratégique 3.2. Détermination des ressources matérielles et humaines nécessaires 3.3. Utilisation appropriée de l'affichage 3.4. Application des principes d'étalage 3.5. Respect des plans d'aménagement
4. Mettre en place et suivre l'action promotionnelle	4.1. Afficher, réapprovisionner et suivre les ventes et les stocks. 4.2. Collecter des renseignements pertinents en vue d'évaluer les résultats	4.1. Afficher, réapprovisionner et suivre les ventes et les stocks. 4.2. Collecter des renseignements pertinents en vue d'évaluer les résultats
5. Calculer le coût de l'opération promotionnelle	5.1. Calculer le prix de vente promotionnel 5.2. Calculer le CA promotionnel 5.3. Déduire la marge nette 5.4. Prendre en considération les frais promotionnels	5.1. Calculer le prix de vente promotionnel 5.2. Calculer le CA promotionnel 5.3. Déduire la marge nette 5.4. Prendre en considération les frais promotionnels
6. Évaluer les résultats	6.1. Interpréter les résultats 6.2. Choisir les moyens de relance et de repositionnement 6.3. Transmettre les résultats et les recommandations, dans un rapport	6.1. Interpréter les résultats 6.2. Choisir les moyens de relance et de repositionnement 6.3. Transmettre les résultats et les recommandations, dans un rapport



المسالك المهنية للبيكالتوريا - الإطار المرجعي للامتحان الوطني الموحد للبيكالتوريا - 2022 -
الاختبار التوليقي في المواد المهنية - : شعبة الخدمات - مسالك التجارة
- المركز الوطني للتقويم والامتحانات
cneebac@gmail.com : الفاكس : 0537.71.44.09 البريد الالكتروني : 0537.71.44.53/52 : الهاتف

MODULE	PRÉCISIONS	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DU CONTENU FAISANT L'OBJET D'ÉVALUATION EN EXAMEN NATIONAL
	1. Calculer un prix de vente	<i>Déjà vu dans le Module : Documents et calculs commerciaux</i>	2.1. Présence de toutes les données exigées 2.2. Exactitude de ces données 2.3. Exactitude des calculs relatifs aux : 2.3.1. taxes ; 2.3.2. réductions commerciales ; 2.3.3. escomptes ;
	2. Préparer une facture et effectuer les calculs nécessaires	2.1. Présence de toutes les données exigées 2.2. Exactitude de ces données 2.3. Exactitude des calculs relatifs aux : 2.3.1. taxes ; 2.3.2. réductions commerciales ; 2.3.3. escomptes ; 2.3.4. devises étrangères.	2.1. Présence de toutes les données exigées 2.2. Exactitude de ces données 2.3. Exactitude des calculs relatifs aux : 2.3.1. taxes ; 2.3.2. réductions commerciales ; 2.3.3. escomptes ;
	3. Effectuer des opérations de caisse	✓ <i>Instruments de paiement corporels</i> 3.1. Les Espèces 3.2. Le Chèque 3.3. Les Effets de commerce ✓ <i>Instruments de paiement incorporels ou dématérialisés</i> 3.4. Carte de paiement TPE 3.5. Virement 3.6. Prélèvements 3.7. Paiement mobile (Téléphone ou smartphone)	✓ <i>Instruments de paiement corporels</i> 3.1. Les Espèces 3.2. Le Chèque 3.3. Les Effets de commerce ✓ <i>Instruments de paiement incorporels ou dématérialisés</i> 3.4. Carte de paiement TPE 3.5. Virement 3.6. Prélèvements 3.7. Paiement mobile (Téléphone ou smartphone)
	4. Effectuer des opérations de caisse : "Ligne caisses"	4.1. Vérification appropriée du matériel, de l'équipement et du fonds de caisse. 4.2. Perception exacte du paiement 4.3. Remise exacte de la monnaie 4.4. Respect des procédures relatives à chaque mode de paiement (espèce, chèque, cartes monétiques...) 4.5. Rapidité d'exécution 4.6. Respect des règles de la courtoisie : 4.6.1. discrétion ;	4.1. Vérification appropriée du matériel, de l'équipement et du fonds de caisse. 4.2. Perception exacte du paiement 4.3. Remise exacte de la monnaie 4.4. Respect des procédures relatives à chaque mode de paiement (espèce, chèque, cartes monétiques...) 4.5. Rapidité d'exécution 4.6. Respect des règles de la courtoisie :




Gestion de la Caisse

	<p>4.6.2. attitude sympathique dans des situations problématiques</p> <p>4.7. Respect des règles de fermeture de la caisse</p> <p>4.8. Application appropriée des mesures de sécurité au cours des opérations de caisse</p> <p>4.9. Précision des renseignements dans le rapport de caisse</p> <p>4.10. Report exact des données sur le bordereau de dépôt</p>	<p>4.6.1. discrétion ;</p> <p>4.6.2. attitude sympathique dans des situations problématiques</p> <p>4.7. Respect des règles de fermeture de la caisse</p> <p>4.8. Application appropriée des mesures de sécurité au cours des opérations de caisse</p> <p>4.9. Précision des renseignements dans le rapport de caisse</p> <p>4.10. Report exact des données sur le bordereau de dépôt</p>
--	--	---

Domaine 2 : GRC, E-Business et Projet de création d'entreprise

MODULE	PRÉCISIONS	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DU CONTENU FAISANT L'OBJET D'ÉVALUATION EN EXAMEN NATIONAL
Gestion de la Relation Client	<p>1. Décrire les mesures de fidélisation de la clientèle</p>	<p>1.1. Information régulière des clients sur les nouveautés</p> <p>1.2. Information régulière des clients sur les promotions périodiques</p> <p>1.3. Information régulière des clients sur les changements au niveau de l'entreprise (procédures, départ d'un agent commercial...)</p> <p>1.4. Mesures et initiatives : ristournes, remises, cadeaux, concours, réceptions...</p> <p>1.5. Visites de contrôle de la satisfaction des clients par rapport aux prestations des agents commerciaux (assurées par le personnel d'encadrement des commerciaux)</p>	<p>1.1. Information régulière des clients sur les nouveautés</p> <p>1.2. Information régulière des clients sur les promotions périodiques</p> <p>1.3. Information régulière des clients sur les changements au niveau de l'entreprise (procédures, départ d'un agent commercial...)</p> <p>1.4. Mesures et initiatives : ristournes, remises, cadeaux, concours, réceptions...</p> <p>1.5. Visites de contrôle de la satisfaction des clients par rapport aux prestations des agents commerciaux (assurées par le personnel d'encadrement des commerciaux)</p>




2. Décrire le processus de gestion des réclamations de la clientèle	2.1. Création d'un fichier, à part, des clients mécontents 2.2. Détection des raisons de mécontentement de ces clients 2.3. Traitement des réclamations détectées 2.4. Calcul des ratios : taux de réclamations, taux de perte...	2.1. Création d'un fichier, à part, des clients mécontents 2.2. Détection des raisons de mécontentement de ces clients 2.3. Traitement des réclamations détectées 2.4. Calcul des ratios : taux de réclamations, taux de perte...
	3.1. Utilisation du téléphone 3.2. Utilisation du courrier 3.3. Utilisation de l'Internet	3.1. Utilisation du téléphone 3.2. Utilisation du courrier 3.3. Utilisation de l'Internet

MODULE	PRÉCISIONS	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DU CONTENU FAISANT L'OBJET D'ÉVALUATION EN EXAMEN NATIONAL
E-Business	1. Appréhender le cadre conceptuel du e-business	1.1. Maîtriser la terminologie 1.2. Connaître les ressources, outils et acteurs du e-business 1.3. S'informer sur le Droit du e-commerce 1.4. Comprendre les modèles du e-commerce 1.5. Connaître les Avantages et Inconvénients du e-business	1.1. Maîtriser la terminologie 1.2. Connaître les ressources, outils et acteurs du e-business 1.3. S'informer sur le Droit du e-commerce 1.4. Comprendre les modèles du e-commerce 1.5. Connaître les Avantages et Inconvénients du e-business
	2. Comprendre le comportement du consommateur en ligne	2.1. Définir l'acheteur en ligne 2.2. Les variables explicatives de l'achat en ligne 2.3. Le processus d'achat en ligne	2.1. Définir l'acheteur en ligne 2.2. Les variables explicatives de l'achat en ligne 2.3. Le processus d'achat en ligne
	3. Décrire les leviers du marketing digital et du e-merchandising	3.1. Connaître les démarches de création de site web 3.2. Savoir promouvoir la présence sur internet <ul style="list-style-type: none"> • Référencement ; • Affiliation ; 	3.1. Connaître les démarches de création de site web 3.2. Savoir promouvoir la présence sur internet <ul style="list-style-type: none"> • Référencement ; • Affiliation ;


المملكة المغربية للأكاديمية - الإطار المرجعي للاختبار الوطني الموحد للتكنولوجيا - 2022 -
الاختبار التوليقي في المواد المهنية - : تنمية الخدمات - مملكة التجارة
- المركز الوطني للتقويم والامتحانات

الهاتف : 0537.71.44.53/52 - الفاكس : 0537.71.44.09 البريد الإلكتروني : cncebac@gmail.com

		<ul style="list-style-type: none"> Publicité digitale. <p>3.3. Lister les clés d'un e-merchandising réussi (environnement du site, page d'accueil, assortiment, emplacements)</p> <p>3.4. Savoir utiliser l'e-mailing</p>	<ul style="list-style-type: none"> Publicité digitale. <p>3.3. Lister les clés d'un e-merchandising réussi (environnement du site, page d'accueil, assortiment, emplacements)</p> <p>3.4. Savoir utiliser l'e-mailing</p>
		<p>4.1. Comprendre le processus du paiement électronique</p> <p>4.2. Analyser l'importance du service après-vente et de la logistique dans le commerce électronique ;</p> <p>4.3. Comprendre les moyens à mettre en œuvre pour gérer les commandes et les retours éventuels en commerce électronique ;</p> <p>4.4. Savoir organiser sa logistique.</p>	<p>4.1. Comprendre le processus du paiement électronique</p> <p>4.2. Analyser l'importance du service après-vente et de la logistique dans le commerce électronique ;</p> <p>4.3. Comprendre les moyens à mettre en œuvre pour gérer les commandes et les retours éventuels en commerce électronique ;</p>
	4. Savoir gérer la vente, l'après-vente et la logistique en commerce électronique		

MODULE	PRÉCISIONS	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DU CONTENU FAISANT L'OBJET D'ÉVALUATION EN EXAMEN NATIONAL
Logiciel de Gestion Commerciale	1. Paramétrer le logiciel de gestion commerciale	<p>1.1. Exactitude des données apportées aux paramètres relatifs :</p> <p>1.1.1. à l'entreprise ;</p> <p>1.1.2. aux articles et familles d'articles ;</p> <p>1.1.3. aux tiers ;</p> <p>1.1.4. aux modes de paiement ;</p> <p>1.1.5. aux modèles de documents ;</p> <p>1.1.6. à la gestion des stocks.</p>	
	2. produire des documents de vente	<p>2.1. Saisie d'un bon de commande</p> <p>2.2. Saisie des informations le concernant contrôle de la solvabilité du client</p> <p>2.3. Gestion des réductions</p>	

المسالك المهنية للتكالوريا – الإطار المرجعي للاختبار الوطني الموحد للتكالوريا - 2022 -
 - الاختبار التوليقي في المواد المهنية - : شعبة الخدمات - مسلك التجارة
 - المركز الوطني للتقويم والامتحانات
 cneebac@gmail.com : البريد الإلكتروني : 0537.71.44.09 الفاكس : 0537.71.44.53/52 الهاتف

		2.4. Saisie des articles et produits 2.5. Saisie des fiches client et consultation 2.6. Passer du bon de commande au bon de livraison 2.7. Imprimer le bon de commande	
	3. Gérer les documents de livraison	3.1. Gestion des reliquats 3.2. Livraison partielle 3.3. Modification d'une livraison 3.4. Impression du bon de livraison	
	4. Produire des factures	4.1. Passer du bon de commande et du bon de livraison à la facture 4.2. Saisir un acompte 4.3. Vérifier les échéances de règlement 4.4. imprimer une facture 4.5. Dupliquer une facture 4.6. Éditer des factures périodiques	
	5. Gérer des articles de stocks	5.1. Saisie d'un article 5.2. Saisie de la fiche article 5.3. Saisie et enregistrement d'une fiche tarif client 5.4. Saisie et enregistrement d'une fiche références fournisseur 5.5. Enregistrement du glossaire 5.6. Affectation du glossaire à un article 5.7. Saisie de la fiche de stock	
	6. Gérer les documents d'achat	6.1. Gestion des achats 6.2. État du réapprovisionnement 6.3. Articles en contremarque	
	7. Gérer des abonnements	7.1. Confirmation d'un abonnement 7.2. Génération des pièces d'abonnement	

	8. Gérer les documents de stock	8.1. Virement de dépôt à dépôt 8.2. Mouvement de sortie 8.3. Bons de fabrication 8.4. Articles à nomenclature 8.5. Impression de la liste des pièces	
	9. Saisie des règlements	9.1. Saisie des règlements reçus des clients 9.2. Gestion des écarts de règlement 9.3. Impression du reçu de paiement	



MODULE	PRÉCISIONS	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DU CONTENU FAISANT L'OBJET D'ÉVALUATION EN EXAMEN NATIONAL
Projet de création d'entreprise	1. Sensibilisation à l'entrepreneuriat et à l'auto-emploi	1.1. Maîtriser la notion d'Entreprendre 1.1.1. Signification et portée de l'acte d'entreprendre. 1.1.2. Notion de prise de risque. 1.2. Développer l'esprit d'Entreprise	1.1. Maîtriser la notion d'Entreprendre 1.1.1. Signification et portée de l'acte d'entreprendre. 1.1.2. Notion de prise de risque.

	<p>1.2.1. Signification et portée de l'esprit d'Entreprise. 1.2.2. Motivations d'un entrepreneur. 1.2.3. Fixation des objectifs d'une entreprise.</p> <p>1.3. Identifier le profil et les potentiels d'un entrepreneur</p> <p>1.3.1. Évaluation du potentiel d'un entrepreneur. 1.3.2. Identification du profil d'un entrepreneur. 1.3.3. Entrepreneur en tant que leader</p> <p>1.4. Identifier les compétences essentielles et les facteurs déterminants pour être son propre employeur</p> <p>1.4.1. Être son propre employeur. 1.4.2. Principaux facteurs de réussite lors de la création d'une entreprise. 1.4.3. Décision de devenir entrepreneur.</p>	<p>1.2. Développer l'esprit d'Entreprise</p> <p>1.2.1. Signification et portée de l'esprit d'Entreprise. 1.2.2. Motivations d'un entrepreneur. 1.2.3. Fixation des objectifs d'une entreprise.</p> <p>1.3. Identifier le profil et les potentiels d'un entrepreneur</p> <p>1.3.1. Évaluation du potentiel d'un entrepreneur. 1.3.2. Identification du profil d'un entrepreneur. 1.3.3. Entrepreneur en tant que leader</p> <p>1.4. Identifier les compétences essentielles et les facteurs déterminants pour être son propre employeur</p> <p>1.4.1. Être son propre employeur. 1.4.2. Principaux facteurs de réussite lors de la création d'une entreprise. 1.4.3. Décision de devenir entrepreneur.</p>
<p>2. Techniques de développement d'une idée d'affaires</p>	<p>2.1. S'enquérir des techniques de développement des idées d'affaires</p> <p>2.1.1. Techniques d'identification et de développement des opportunités d'affaires. 2.1.2. Techniques d'appréciation de l'importance d'une bonne idée d'affaires, commercialement valable.</p> <p>2.2. Développer son potentiel créatif</p> <p>2.2.1. Appréciation de son propre potentiel créatif et</p>	<p>2.1. S'enquérir des techniques de développement des idées d'affaires</p> <p>2.1.1. Techniques d'identification et de développement des opportunités d'affaires. 2.1.2. Techniques d'appréciation de l'importance d'une bonne idée d'affaires, commercialement valable.</p> <p>2.2. Développer son potentiel créatif</p> <p>2.2.1. Appréciation de son propre potentiel</p>

	<p>innovant.</p> <p>2.2.2. Développement des aptitudes créatives.</p> <p>2.3. S'enquérir des techniques d'évaluation des opportunités d'affaires</p> <p>2.3.1. Développement des techniques d'évaluation des opportunités d'affaires.</p> <p>2.3.2. Les techniques de transformation d'idées en opportunités d'affaires.</p>	<p>créatif et innovant.</p> <p>2.2.2. Développement des aptitudes créatives.</p> <p>2.3. S'enquérir des techniques d'évaluation des opportunités d'affaires</p> <p>2.3.1. Développement des techniques d'évaluation des opportunités d'affaires.</p> <p>2.3.2. Les techniques de transformation d'idées en opportunités d'affaires.</p>
<p>3. Techniques de montage d'un plan d'affaires</p>	<p>3.1. Maîtriser les techniques d'élaboration d'un plan d'affaires</p> <p>3.1.1. Composantes d'un plan d'affaires.</p> <p>3.1.2. Techniques de préparation d'un plan d'affaires.</p> <p>3.1.3. Techniques de montage d'un plan d'affaires (Jeu d'entreprise).</p> <p>3.2. S'enquérir des grandes étapes de création et de lancement d'une entreprise</p> <p>3.2.1. Interprétation des résultats et des conclusions d'un plan d'affaires.</p> <p>3.2.2. Évaluation des facteurs de lancement et démarrage d'une entreprise.</p> <p>3.2.3. Identification des sources d'informations et d'assistance pour le lancement d'une entreprise</p> <p>3.3. Maîtriser les techniques de base de gestion d'une entreprise</p>	<p>3.1. Maîtriser les techniques d'élaboration d'un plan d'affaires</p> <p>3.1.1. Composantes d'un plan d'affaires.</p> <p>3.1.2. Techniques de préparation d'un plan d'affaires.</p> <p>3.1.3. Techniques de montage d'un plan d'affaires (Jeu d'entreprise).</p> <p>3.2. S'enquérir des grandes étapes de création et de lancement d'une entreprise</p> <p>3.2.1. Interprétation des résultats et des conclusions d'un plan d'affaires.</p> <p>3.2.2. Évaluation des facteurs de lancement et démarrage d'une entreprise.</p> <p>3.2.3. Identification des sources d'informations et d'assistance pour le lancement d'une entreprise</p> <p>3.3. Maîtriser les techniques de base de gestion d'une entreprise</p>



	<p>entreprise</p> <p>3.3.1. Techniques de base de recrutement et de gestion du personnel.</p> <p>3.3.2. Techniques de base de la gestion du temps.</p> <p>3.3.3. Techniques de base de la gestion des ventes et relation avec les clients.</p> <p>3.3.4. Techniques de base de la gestion des achats et relation avec les fournisseurs.</p> <p>3.3.5. Techniques de base de calcul et maîtrise des coûts.</p> <p>3.3.6. Techniques de base de la gestion financière</p>	<p>d'une entreprise</p> <p>3.3.1. Techniques de base de recrutement et de gestion du personnel.</p> <p>3.3.2. Techniques de base de la gestion du temps</p>
--	---	---

II – Tableau de spécification des 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	Gestion des approvisionnements	66 H	14 %	2.50 points	12.50 points
	Merchandising	120 H	25 %	5.00 points	
	Promotion des ventes	70 H	15 %	3.00 points	
	Gestion de la caisse	50 H	10 %	2.00 points	
Partie 2 : GRC, e-business et Projet de création d'entreprise	Gestion de la relation client	60 H	12 %	2.50 points	07.50 points
	E-Business	60 H	12 %	2.50 points	
	Projet de Création d'entreprise	60 H	12 %	2.50 points	
TOTAL		486 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-business et Projet de 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 peut comporter des supports clairs, simples et variés (textes, tableaux statistiques, graphiques, ...)
- 5- Chaque dossier doit contenir un barème global et un barème détaillé par items en respectant le tableau de spécification des contenus (Tableau II) afin de donner à l'élève la structure générale de la notation du sujet ;
- 6- Les items doivent être formulés avec des verbes d'actions et un vocabulaire simple et compréhensible ;
- 7- Les formules de calculs 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. Numérotter les réponses ;
- d. Encadrer les résultats ;
- e. Utiliser la règle pour le traçage des tableaux et graphiques.
- f. Utiliser une calculatrice non programmable.

