

**Université Ibn Zohr**  
**Ecole Nationale de Commerce et de Gestion**  
**-Agadir-**

**Concours d'accès en quatrième année à l'E.N.C.G. d'Agadir.**

**Epreuve de l'Environnement économique et juridique.**  
**Traiter en 45 minutes les deux questions A et B ci-après**

**Question (A) :**

Présenter les principaux outils et objectifs des disciplines suivantes :

- A.1 – Analyses macro-économiques ;
- A.2 – Gestion par la qualité ;
- A.3 – Théorie des organisations ;
- A.4 – Analyse financière ;
- A.5 – Gestion des Ressources Humaines ;
- A.6 – Gestion de projets.

**Question (B) :**

Dans quel sens le « droit » est un instrument de régulation de la vie économique ?

Justifier votre réponse en vous appuyant sur les lois et les textes juridiques marocains.

- I- Identifiez le processus de construction des scénarios sectoriels. Quelle est la place des scénarios dans la procédure de la planification stratégique ? **(3points)**
- II- Les trois stratégies de M. Porter sont-elles vraiment exclusives les uns des autres. **(2points)**
- III- Existerait-il un cycle d'alternance entre période de diversification et période de spécialisation ? quelles seraient les raisons du passage de la première à la seconde stratégie ? **(3points)**
- IV- Pourquoi a-t-on observé, au cours des dix dernières années, un nombre plus élevé d'opérations de croissance externe que de développements par croissance interne. **(2points)**
- V- L'externalisation améliore-t-elle la rentabilité ? **(2points)**
- VI- Les différents mécanismes de coordination mis en lumière par Mintzberg caractérisent vraiment chaque forme structurelle (fonctionnelle, divisionnelle, etc.) ? plus précisément, à chaque structure correspond-il un unique mode de coordination ? **(3points)**
- VII- Quels sont les facteurs de contingence fréquemment évoqués en matière structurelle. Peut-on imaginer d'autres. Lesquels ? **(2points)**
- VIII- Le processus de décision tel qu'il est présenté par A.H.Simon vous semble-t-il généralisable et par conséquent applicable :
- aux décisions stratégiques,
  - aux décisions administratives,
  - aux décisions opérationnelles ?
- Sinon, comment le modifier pour le rendre employable dans les trois cas ? Prenez des exemples. **(3points)**

## 1<sup>ère</sup> Partie : Etude de Cas

### Cas Méditélécom.

Méditélécom est le consortium conduit par le groupe espagnol Telefonica associé à Portugal Télécom, la BMCE Bank et au groupe Akwa, qui a été désigné adjudicataire pour l'exploitation de la 2<sup>ème</sup> licence GSM au prix de 11 milliards de dirhams.

Méditélécom a pour directeur général M. Inigo Sérano, et pour président M.Othman Benjalloun..

#### I- Présentation générale :

MédiTélécom est issue d'un partenariat idéal entre des leaders marocains de l'industrie et de la finance et de deux multinationales du secteur des télécommunications.

L'effectif employé, marocain et étranger, est de 1100 emplois directs à ce jour.

Société anonyme au capital de 5 milliards de dirhams, MédiTélécom s'est engagé dans un plan d'investissement d'environ 4 milliards de dirhams de 2000 à 2004.

## II- Dirigeants à la tête de l'opérateur :

Le Conseil d'administration de Méditelécom, tenu le 7 septembre 2005, a nommé M. Inigo Serrano au poste de directeur général (CEO).

M. Miguel Menchen est désormais directeur général de cinq filiales de Telefónica en Amérique centrale. Casablanca, le mercredi 15 septembre 2005.

Le Conseil d'Administration de Méditelécom, tenu le 7 septembre 2005, a nommé M. Inigo Serrano au poste de Directeur Général (CEO). Avant cette nomination, Inigo Serrano était Directeur Général de développement d'affaires de Telefónica en Asie, poste basé à Beijing (Chine) depuis Janvier 2005.

La nomination de M. Serrano à la tête de Méditel coïncide avec une nouvelle phase du cycle de vie de l'entreprise. Le lancement du fixe offre désormais à Méditel le statut d'un opérateur multiservices. «Ce nouveau positionnement étend les perspectives de croissance de Méditel et lui confère, par conséquent, un avantage compétitif indéniable», affirme M. Serrano.

M. Serrano a occupé plusieurs fonctions au sein de Telefónica Móviles. Homme de développement, il a été en charge de développer les affaires de Telefónica Móviles dans la zone EMEA (Europe, Proche Orient et Afrique). C'est à ce titre, justement, qu'il a été chef de projet pour l'obtention de la 2ème licence GSM au Maroc. Deux ans durant, Inigo Serrano a siégé au sein du Conseil d'Administration de Méditelécom.

Avant de plancher sur ces projets de développement, Inigo Serrano a évolué pendant plus de 2 années à Telefónica Móviles Espagne dans des fonctions à vocation stratégique (développement de stratégies d'affaires pour les produits et services GSM) ou commerciale (développement et déploiement de modèle d'affaires pour vendre les produits et services auprès des PME).

Inigo Serrano a cumulé, par ailleurs, une longue expérience auprès de nombreux constructeurs d'infrastructures télécoms en Espagne et en France.

### III- Produits et services :

#### 1- Produits sans abonnement :

Depuis mars 2000, Méditel commercialise MédijAHIZ, la carte prépayée sans abonnement ni engagement.

MédijAHIZ permet une parfaite maîtrise de la consommation : le client ne paye que ce qu'il consomme, en achetant à l'avance un crédit de communication prédéterminé.

Dans un souci de toucher toutes les niches de consommateurs et parce que les besoins sont différents en matière de téléphonie mobile, MédijAHIZ propose à ses clients trois variantes adaptées à profil de consommation :

- ① Médijahiz Rouge ;
- ① Médijahiz Fun ;
- ① Médijahiz Amis et famille.

#### 2- Produits avec abonnement :

Pour tous ceux qui veulent consommer sans limites ou sans avoir à recharger sa carte ou encore disposer d'un forfait limité à ne pas dépasser Méditélécom leur propose plusieurs formules adaptées aux différents besoins :

- ① Abonnement personnel ;
- ① Forfait Méditel ;
- ① Méditel Personnel ;
- ① Méditel premium et ① Méditel entreprise (Neo).

### 3- Services :

Les services proposés par Méditel pour ses différentes catégories de clients sont :

Le produit Méditel	Les services proposés
Sans abonnement	Boîte vocale ; Dissimulation de l'identité ; Répertoire restreint ; Changement du plan tarifaire ; Mini Message.
Avec abonnement	Transmission de fax ; Restriction d'appel ; Consultation du solde ; Facturation détaillée ; changement de numéro ; Roaming.
Entreprise	Double appel et mise en attente ; Transmission de données ; affichage du numéro ; Détail des appels ; changement de titulaire ; SMS en volume.

## Travail à Faire :

1- Déterminez en justifiant votre réponse les segments visés par **Meditélécom**.

( 02 pts )

2- Déterminez en justifiant votre réponse le positionnement de **Meditélécom**.

( 02 pts )

3- La direction de **Meditélécom** vous confie l'Etude de Satisfac tion de sa clientèle. ( 08 pts )

## 2<sup>ème</sup> Partie : Exercice

Lors d'une conversation avec des dirigeants d'entreprises, Monsieur **Benani** prend la parole « Marketing...voilà de grands mots, masquant d'ailleurs souvent l'ignorance, pour moi mon Marketing c'est d'avoir augmenté mon chiffre d'affaires de 10% cette année ...et j'en ferais au moins autant l'année prochaine... ! ». « Je suis tout à fait d'accord avec vous » réplique Monsieur **Azami**, « Marketing...c'est le mot à la mode ! Moi, j'ai réussi à baisser mon coût de revient de 20% cette année .Conclusion, je baisse mes prix de vente d'autant et j'augmente ma clientèle ... ». « Moi dit Monsieur **Cherkaoui**, mon Marketing c'est mon bénéfice ! Cette année j'en fais beaucoup. D'ailleurs, dans une semaine, pour fêter cela, je m'en vais en vacances 15 jours aux Etats-Unis ... ». « C'est comme moi, je n'ai besoin de personne, fut – elle experte en Marketing, pour me dire comment gagner de l'argent » déclare Monsieur **Benani**. « Cela fait 10 ans que je gagne de l'argent avec mon produit, alors à quoi me servirait – il de faire des dépenses de Marketing .... » dit Monsieur **Azami**. « Ah ! Par contre la publicité !...le voilà mon Marketing ! Ça permet de faire des affaires ... » conclut Monsieur **Hajji**.

### Question :

Répondez à chacun des dirigeants en leur montrant le caractère erroné ou partiel de leur vision du Marketing. ( 08 pts )



**Examen de passerelle – S7**

**Année universitaire : 2014/2015**

**Epreuve 2 – Spécialité Gestion**

**Durée : 2h30**

**Aucun document n'est autorisé**

**Partie 1**

Au 31/12/N, l'entreprise S vous présente les comptes de bilan en milliers de dirhams :

Amortissements de immob. corporelles	600
Amortissements de immob. incorporelles	120
Banque, CCP, Caisse	4
Capital	1000
Clients	360
Créditeurs divers	12
Débiteurs divers	14
Effets à payer	240
Effets à recevoir	302
Emprunts auprès des établissements de crédit	1640*
Etat débiteur	40
Etat créiteur	24
Fournisseurs	100
Immobilisations corporelles	2000
Immobilisations financières	800
Immobilisations incorporelles	160
Provisions pour charges	24
Provisions pour dépréciation des clients et comptes rattachés	60
Provisions pour dépréciation des immob. financières	100
Provisions pour dépréciation des stocks	40
Provisions pour risque	40
Réserves	200
Résultat de l'exercice	120
Stocks	640

\* dont concours bancaire courant : 40

- Etudier le bilan de la société S ;
- Calculer le fonds de roulement net global ;
- Déterminer le besoin en fonds de roulement et la trésorerie ;
- Décomposer le besoin en fonds de roulement en BFRE et BFRHE.

Au début de l'exercice N+1, l'entreprise a cédé les immobilisations financières (composées de titres de participation), prix de cession : 870 000dh.

Passer les écritures de cession des titres de participation.





## Examen de passerelles au Semestre 7 ENCG Agadir

Option : Commerce Année: 2016

### Etudiez le cas suivant :

FIGUAB est une PME marocaine implantée depuis 2010 dans la région Guélmim Essmara , spécialisée dans la production, l'exportation, et la commercialisation de l'huile rare de pépins de figue de barbarie. Les produits de FIGUAB sont issus de l'agriculture biologique selon le Règlement Européen (CE) n° 834/2007, ainsi que le Règlement NOP (National Organic Program) des États-Unis.

Par sa teneur exceptionnelle en vitamine E (environ 1000 mg/kg) et en stérols (environ 10 g/kg), cette huile a des vertus anti-oxydantes inhabituelles. Cette huile rare et précieuse est donc un allié exceptionnel pour lutter contre le vieillissement cutané. Sa teneur importante en acides gras essentiels (notamment en oméga-6) lui confère également des propriétés adoucissantes et régénérantes très intéressantes, particulièrement adaptées pour les peaux rêches et déshydratées.

FIGUAB exporte la totalité de sa production vers les marchés étrangers (l'Europe, le Canada et les USA) et ses produits ont une bonne réputation à l'international.

**TAF:** Ayant comme objectif de conquérir le marché marocain, Le directeur de FIGUAB qui est un jeune promoteur vous a contacté:

- Quel type d'étude de marché vous lui proposez et pour quelles raisons. Expliquer votre démarche (8 points)
- Afin de faire connaître sa marque sur le marché national on vous demande de proposer à ce jeune promoteur deux moyens de communication marketing et d'expliquer pourquoi (6 points)
- A votre avis la pratique du marketing sur le marché marocain est-elle un choix ou une nécessité pour FIGUAB? Expliquez votre réponse (6 points)

NOM ET PRENOM :

N° :

## CONCOURS PASSERELLE S7 TEST D'ANALYSE DES DONNEES

### Partie A (20 pts)

Q.C.M. (bonne réponse 2 pts, pas de réponse 0 pts, mauvaise -1 pts)

- 1- Une A.F.C. est une
  - une A.C.P. sur tableau des profils lignes,
  - une A.C.P. sur tableau des profils colonnes,
  - deux A.C.P. sur tableau des profils lignes et profils colonnes.
- 2- Lorsque deux modalités d'une même variable, bien représentées, sont proches dans le plan, cela signifie
  - qu'elles s'attirent,
  - qu'elles ont même profil,
  - qu'elles sont dépendantes.
- 3- Dans une A.F.C. l'inertie mesure
  - le degré de liaison entre les variables,
  - le degré d'indépendance entre les variables,
  - le degré de dépendance entre les modalités des variables.
- 4- Le cercle de corrélation est un cercle
  - contenant les individus les mieux représentés,
  - où sont visualisées les différentes corrélations entre variables initiales,
  - permettant de définir les différents axes principaux.
- 5- La mesure de la qualité globale d'une composante principale se fait par
  - la part d'inertie expliquée,
  - la plus forte corrélation de la composante principale avec les variables initiales,
  - la valeur de la variance de la composante principale.
- 6- Les composantes principales dans une A.C.P. sont classées selon l'ordre
  - croissant des inerties,
  - décroissant des valeurs propres,
  - décroissant des vecteurs propres.
- 7- A.F.C. porte sur l'analyse du croisement de
  - Deux variables quantitatives,
  - Deux variables qualitatives
  - Plus de deux variables quantitatives.
- 8- Pour mesurer la proximité entre 2 profils lignes dans une A.F.C. on utilise
  - La distance euclidienne,
  - La distance euclidienne au carré,
  - La distance du khi-2.
- 9- L'indice d'attraction répulsion est un indice mesurant
  - La proximité entre modalités,
  - La qualité de représentation des modalités,
  - La dépendance entre modalités.
- 10- Dans une A.C.P. sur variables centrées réduites l'inertie correspond
  - au nombre d'individus,
  - au nombre de variables,
  - au maximum des deux nombres.



# Les jeunes économistes

## Partie C (20 pts)

On a croisé les variables 'dépenses séjour' et 'mode d'hébergement'. Après traitement sous SPSS on a obtenu les sorties suivantes :

Tableau des correspondances

dépenses séjour	Quel est votre mode d'hébergement ?				
	Hôtel	Camping	Location / gîte	Famille / amis	Marge active
-1500	8	21	14	38	81
[1500,3000[	7	31	40	52	130
[3000,4500[	26	8	13	17	64
[4500,6000[	7	2	7	7	23
[6000,10000[	10	1	7	7	25
[10000,15000[	2	2	2	0	6
+15000	2	0	6	2	10
Marge active	62	65	89	123	339

Résumé

Dimension	Valeur singulière	Inertie	Khi-deux	Sig.	Proportion d'inertie		Valeur singulière de confiance	
					Pris en compte	Cumulé	Ecart-type	Corrélation
1	,402	,161			,776	,776	,051	-,002
2	,190	,036			,174	,950	,056	
3	,102	,010			,050	1,000		
Total		,208	70,511	,000 <sup>a</sup>	1,000	1,000		

a. 18 degrés de liberté

Caractéristiques des points ligne

dépenses séjour	Masse	Score dans la dimension		Inertie	Contribution				
		1	2		De point à inertie de dimension		De dimension à inertie de point		Total
					1	2	1	2	
-1500	,239	-,450	-,467	,030	,121	,273	,655	,333	,989
[1500,3000[	,383	-,509	,226	,044	,247	,103	,912	,085	,997
[3000,4500[	,189	,888	-,307	,063	,371	,094	,944	,054	,997
[4500,6000[	,068	,583	,245	,010	,057	,021	,885	,074	,959
[6000,10000[	,074	,974	,131	,029	,174	,007	,958	,008	,966
[10000,15000[	,018	,582	,217	,011	,015	,004	,223	,015	,237
+15000	,029	,455	1,792	,021	,015	,498	,119	,872	,991
Total actif	1,000			,208	1,000	1,000			

a. Normalisation principale symétrique

# Les jeunes économistes

Caractéristiques des points colonnes

Quel est votre mode d'hébergement ?	Masse	Score dans la dimension		Inertie	Contribution				
		1	2		De point à inertie de dimension		De dimension à inertie de point		Total
					1	2	1	2	
Hôtel	,183	1,278	-,263	,122	,743	,067	,980	,020	,999
Camping	,192	-,568	-,340	,035	,154	,116	,716	,122	,838
Location / gîte	,263	-,009	,727	,027	,000	,730	,000	,997	,997
Famille / amis	,363	-,337	-,214	,024	,103	,087	,679	,129	,808
Total actif	1,000			208	1,000	1,000			

8. Normalisation principale symétrique

A)

A la lecture de ces tableaux il vous ait demandé de répondre aux questions suivantes

1- Au niveau 5% les variables dépenses séjour et mode d'hébergement sont-elles indépendantes ? justifiez votre réponse (4 pts)

-----

-----

-----

-----

-----

-----

-----

-----

2- Quelle(s) est (sont) la (les) modalité(s) mal représentée(s) au niveau du premier plan ? (4 pts)

-----

-----

-----

-----

-----

-----

-----

-----

3- Quelle est la part d'information restituée par le premier plan (4 pts)

-----

-----

-----

-----

-----

-----

-----

-----





**TAFSEM 2014**  
**CONCOURS D'ACCES EN 4<sup>ème</sup> ANNEE (S7) DE L'ENCGJ**  
**SESSION DU 16 SEPTEMBRE**  
**Test : DROIT COMMERCIAL ET DROIT DES AFFAIRES**  
**Durée : 30 mn**

Remarques :

- Soignez la présentation de votre copie.
- Lisez bien les questions avant de commencer à répondre.
- Des réponses claires et précises sont toujours appréciées.
- Structurez vos idées.

Les questions

1. Quels sont les effets de l'immatriculation d'une société commerciale au registre du commerce et des sociétés ? Où une société doit-elle s'immatriculer ? (7pts)

2. Quels apports peuvent faire les associés d'une société en commandite simple ? (7pts)

3. Qui peut gérer une société en commandite simple ? (6pts)

## Annexe I :

<b>I Produits d'exploitation</b>		
Ventes de marchandises (en l'état)		600 000
Ventes de biens et services produits		721 000
Variation de stocks de produits (+/-)		-27 500
Reprises d'exploitation ; transferts de charges <sup>(1)</sup>		20 000
<b>Total I</b>		<b>1 313 500</b>
<b>II Charges d'exploitation</b>		
Achats revendus de marchandises		455 000
Achats consommés de matières et fournitures		514 000
Autres charges externes		17 000
Impôts et taxes		12 000
Charges de personnel		94 000
Dotations d'exploitation		81 300
<b>Total II</b>		<b>1 173 300</b>
<b>III RESULTAT D'EXPLOITATION (I-II)</b>		<b>140 200</b>
<b>IV Produits financiers</b>		
Produits des titres de participation et autres titres immobilisés		45 000
Intérêts et autres produits financiers		22 000
<b>Total IV</b>		<b>67 000</b>
<b>V Charges financières</b>		
Charges d'intérêts		21 800
Dotations financières		7 000
<b>Total V</b>		<b>28 800</b>
<b>VI RESULTAT FINANCIER (IV - V)</b>		<b>38 200</b>
<b>VII RESULTAT COURANT (III + VI)</b>		<b>178 400</b>
<b>VIII Produits non courants</b>		
Produits de cessions d'immobilisations		30 000
<b>Total VIII</b>		<b>30 000</b>
<b>IX Charges non courantes</b>		
VNA des immobilisations cédées		10 000
Dotations non courantes aux amortissements et provisions		21 500
<b>Total IX</b>		<b>31 500</b>
<b>X RESULTAT NON COURANT (VIII - IX)</b>		<b>-1 500</b>
<b>XI RESULTAT AVANT IMPÔT (VII + X)</b>		<b>176 900</b>
<b>XII IMPÔT SUR LE RESULTAT</b>		<b>53 070</b>
<b>XIII RESULTAT NET (XI - XII)</b>		<b>123 830</b>

<sup>(1)</sup> dont 6500 relatifs aux actifs et passifs circulants



**TAFSEM 2014**  
**CONCOURS D'ACCES EN 4<sup>ème</sup> ANNEE (S7) DE L'ENCGJ**  
**SESSION DU 16 SEPTEMBRE**  
**Test : LANGUES ET COMMUNICATION**  
**Durée : 30 mn**

Choose the correct answer and write it in your answer paper.

- The company saw net profits fall as a result of the \_\_\_ in the industry world-wide.  
A downfall B downgrade C downturn D downward
- It is important for many small businesses to improve their credit \_\_\_ and ensure customers pay on time.  
A limit B control C risk D term
- All letters of credit should include an expiry date when payment is \_\_\_\_  
A called B complete C ready D due
- We apologize for the difficulty we are experiencing in paying your \_\_\_\_  
A delayed B waiting C outstanding D owing
- Thank you for your \_\_\_ of \$500 which we received today.  
A remittance B remission C remains D remuneration
- The credit terms \_\_\_ that payment should be on presentation of the goods.  
A remind B stipulate C agree D settle
- Supermarkets often find point of sale \_\_\_ very useful when introducing new products to their customers.  
A displays B exhibits C presentations D exhibitions
- When deciding what kind of advertising to use it's important to find out as much as possible about your \_\_\_\_.  
A companions B competitions C competitors D components
- The retailer was allowed to order the goods on a sale or \_\_\_ basis.  
A return B revert C restore D retract
- The service engineer was \_\_\_ to guarantee the work for six months.  
A granted B conceded C accepted D prepared

Good luck

TAFSEM 2014  
CONCOURS D'ACCES EN 4<sup>ème</sup> ANNEE (S7) DE L'ENCGJ  
SESSION DU 16 SEPTEMBRE  
Test :Fiscalité  
Durée : 30mn

QUESTIONS :

- Définition et rôles de l'impôt.
- Pourquoi le législateur prévoit le recours à un prorata de déduction au niveau de la tva ?
- Pourquoi certains opérateurs économiques optent volontairement pour leurs assujettissements à la TVA ?
- Présenter les conditions générales de déductibilité des charges au niveau de l'IS selon le droit fiscal Marocain.
- Présenter la différence entre le résultat comptable et celui fiscal au niveau de l'IS.

**TAFSEM 2014**  
**CONCOURS D'ACCES EN 4<sup>ème</sup> ANNEE (S7) DE L'ENCGJ**  
**SESSION DU 16 SEPTEMBRE**  
**Test : MARKETING**  
**Durée : 30 mn**

**Exercice n°1 :**

*Précisez 4 points importants de la copy strategy de cette campagne.*

« Une campagne institutionnelle mondiale d'un des leaders du secteur de l'hygiène-beauté met en scène (sur des spots télévisés notamment) des consommatrices aux formes « généreuses », d'âges et de teints de peau très variés. Vêtues de sous vêtements classiques, ces dernières sont en mouvement et sourient avec une évidente joie de vivre. Un message accompagne l'image : « Mais pourquoi nous a-t-on toujours dit qu'il n'y avait pas d'autre façon d'être que d'être mince ».

**Exercice n°2 :**

*Un fabricant de biscuit propose la gamme suivante ; Déterminez la largeur, la profondeur et l'ampleur de cette gamme.*

	Tartelettes de confiture	Petites madeleines	Biscuits « Goûter »
Parfums	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fraise</li> <li>• Framboise</li> <li>• Citron</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fraise</li> <li>• Abricot</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fraise</li> <li>• Chocolat noir</li> <li>• Chocolat au lait</li> <li>• Chocolat blanc</li> <li>• Vanille</li> </ul>
Conditionnement	Paquets de 20 biscuits 120g	Paquets de 20 biscuits de 120g	-Paquets de 12biscuits 240g -Conditionnement en sachets individuel

**Exercice n°3 :**

*Précisez les dimensions et les qualités d'un bon positionnement.*



**TAFSEM 2016**  
**CONCOURS D'ACCES EN 4<sup>ème</sup> ANNEE (S7) DE L'ENCG]**  
**SESSION DU 22 SEPTEMBRE**  
**Test : Marketing**  
**Durée : 45 mn**

**Questions**

- 1) Présentez et expliquez, de manière détaillée, les étapes d'élaboration de la stratégie marketing de l'entreprise.
- 2) Expliquez, de manière détaillée, la relation entre stratégie marketing, marketing stratégique et marketing opérationnel.