

Répartition des points

Comprehension	6 points
Translation	6 points
Writing	8 points

L'usage des calculatrices électroniques et du dictionnaire est interdit.

NOM ET PRENOM : MALKI BRAHIM

Selling dreams

Ferrari, Italy's maker of sports and racing cars, is among the three most recognizable brands in the world. The company got its high profile among the world's corporate giants without the help, for most of its existence, of an advertising department. Only as recently as 1993 did Ferrari create a marketing department. 'Just parking our exciting automobiles is enough to draw the crowds,' writes Gian Luigi Longinotti-Buitoni, the author of a book called Selling Dreams.

Customers are now spending more money on products they desire rather than on products they simply need. All companies must therefore produce goods of very high quality. More importantly, they must establish a brand for years to come by giving it emotional qualities that match customers' strongest desires. Like Ferrari, all companies must create and sell a 'dream.'

Longinotti-Buitoni gives some interesting statistics about markets for luxury goods worldwide: Switzerland, with 220 Ferraris sold in 1997, is the largest market per capita for the car maker's products; the company, on the other hand, sells only 2.7 percent of its cars to women; Rolex and the highest number of luxury watches are sold in Italy, while Japan has been consistently the leading market in the world for leather goods from Gucci, Ferragamo, Hermès and Louis Vuitton.

From The Financial Times

A-Comprehension Questions

1. Which are the biggest markets / countries for these products?
a. Ferraris :.....
b. Leather goods :.....
c. Rolex watches :.....

2. What was unusual about Ferrari's marketing until 1993?
.....

3. What two things does the author recommend that companies should do?
.....
.....

B-Translation

Translate these sentences into English

1- Les nouvelles lois sur l'immigration sont plus dures pour les étrangers.
.....

2- La compagnie autorise les clients de changer les billets au dernier moment, bien qu'il ait une pénalité de 30 £.
.....
.....

C- Writing

Write an 8- line argumentative/opinion paragraph. Either support or oppose the following viewpoint: **Social media sites should be blocked at work.**
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Techniques de marketing

Passerelle S7- Commerce
22.09.2016

Etude de cas « Cinéma Colisée »

Le « Colisée » est une salle de cinéma et d'art implanté au quartier Guéliz au centre-ville de Marrakech, fondée dans les années cinquante par Georges Peynet architecte et décorateur parisien. Les promoteurs de cette salle avaient l'ambition de construire la plus belle salle d'Afrique, et ce devait être le cas à l'époque. Il dispose d'une architecture harmonieuse : entrée art déco, un hall, une salle disposant d'un balcon et d'un orchestre, et d'un toit ouvrant pour profiter de la fraîcheur des soirées. Il dispose de toutes les technologies récentes : Projection numérique en 3D et son Dolby digital. Il propose 4 séances par jour.

Le cinéma a accueilli plusieurs manifestations culturelles et éducatives à Marrakech : concerts, pièces de théâtre, connaissances du monde et remise des prix de fin d'année de la mission culturelle Française. (A l'exception de quelques travaux de réfection, les locaux n'ont pas été rénovés depuis le début des années quatre-vingt-dix.)

Pour donner suite à une demande croissante (locale et extérieure) sur la ville de Marrakech, plusieurs enseignes de distribution, d'habillement, de décoration, de mise en forme, de restauration, d'hôtellerie et de cinéma ont été créées il y a quelques années dans les zones limitrophes de la cité et dans les zones traditionnellement touristiques. Ces récents développements ont conduit à une baisse de la fréquentation en centre-ville se répercutant négativement sur le nombre des entrées au cinéma, ce qui représente un danger éminent pour l'avenir d'un site historique de renom de la ville ocre.

Partant du principe que l'analyse SWOT du cinéma « Colisée » a été effectuée et la stratégie marketing a été établie (segmentation, ciblage et positionnement), **il vous est demandé de bien vouloir mettre en place un plan marketing efficace afin d'endiguer cette diminution de la fréquentation et assurer la survie du cinéma « Colisée » ?**

Examen Passerelles ENCG Marrakech :

Examen : Théorie des organisations

Question : Que reste-t-il du taylorisme, actuellement ? (Durée : 1 heure)

psychologie
séparato Execut/Inté
" " " / Gestion

57-

- psychologie de travail
- ⇒ Qualification du personnel
- ⇒ Affaiblissement de la pression
- ⇒ d'autres structures que celle hiérarchique

Concours TASFEM 2016 (Semestre 7)

Répondez aux questions suivantes:

- 1- Pourquoi les entreprises procèdent-elles à la modification de leur capital et à son amortissement ?

~~.....~~
.....
.....

- 2- Expliquez et déterminez la formule de la valeur comptable des rapports suivants :

➤ Rapport de souscription (droit de souscription) :

.....
.....
.....

➤ Rapport d'attribution (droit d'attribution)

.....
.....
.....

➤ Et rapport d'annulation

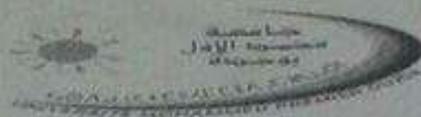
.....
.....
.....

- 3- Décrivez les causes et la procédure de liquidation de la Société Anonyme?

.....
.....
.....
.....
.....
.....



UNIVERSITE MOHAMMED IER
ECOLE NATIONALE DE
COMMERCE ET DE GESTION -
OUJDA



Exercice 2:

La société anonyme BADRAOUI au capital de 600 000 DH, composé de 6000 actions de 100 DH chacune, rachète 2 000 actions à une valeur de 120 DH et ce en date du 04/07/A.
L'excédent du prix d'achat sur la valeur nominale est prélevé sur les réserves facultatives qui sont de 55 000 DH. La répartition du capital social avant ce rachat est comme suit :

Actionnaires	Actions détenues	
	Nombre	%
FAOUZI	2640	44
SALIMA	900	15
FARIDA	840	14
AMINE	660	11
SIHAM	960	16
Totaux	6000	100

T.A.F : Etablissez la répartition du capital social après rachat et faites les enregistrements comptables nécessaires au journal ainsi qu'au grand livre de la société BADRAOUI ?

UNIVERSITE MOHAMMED PREMIER
ECOLE NATIONALE DE COMMERCE & DE GESTION
OUJDA



TASFEM 2010
Test : Décisions d'investissement et
de financement

Concours d'accès en S7 de l'ENCGO
Durée : 1Heure

Traitez le cas suivant :

Un distributeur de produits agricoles se voit proposer un contrat sur 5 ans pour la vente de sacs d'engrais à livrer chez les agriculteurs. Les prévisions de vente s'élèvent à 6000 sacs par an avec un prix unitaire de 100 DH et un prix d'achat de 60 DH. La réalisation du projet nécessite l'acquisition d'une camionnette pour 120 000 DH amortissable linéairement sur 5 ans. A la fin de la 5^{ème} année on estime la revendre pour 24 000 DH. Par ailleurs, les dépenses d'exploitation sont évaluées à 168 000 DH par an. Le distributeur devra (uniquement pour la première année) conserver un mois de stock et accorder un crédit de 30 jours, alors que le fournisseur sera payé comptant. Le taux d'impôt sur les sociétés est de 35%, et le taux d'actualisation retenu est de 15%.

TAF :

Selon les critères de choix d'investissement, montrer que le projet est rentable.



UNIVERSITE MOHAMMED PREMIER
 ECOLE NATIONALE DE COMMERCE & DE GESTION OUIJDA

TASFEM 2010 :
Test GRH & Théorie des organisations
 Concours d'accès en S7 de l'ENCGO
 Durée : 30 Minutes

Face à l'intensification de la concurrence, CHAUSSSELUXE (Entreprise familiale née en France en 1901 spécialisée dans la fabrication des chaussures de luxe) tente de conserver un avantage concurrentiel et cherche à maintenir son niveau d'expertise des ressources humaines. Vous analyserez la situation de management présentée dans l'annexe qui suit en effectuant très brièvement le travail suivant : Déterminez les problèmes de gestion des ressources humaines auxquels est confrontée cette organisation et formulez les moyens auxquels CHAUSSSELUXE pourrait avoir recours pour remédier aux problèmes cités.

ANNEXE

Une enquête sociale a été menée au cours du premier semestre 2009. Cette étude avait pour objectif de tester onze compétences clés nécessaires aux opérations de production de Chausseluxe. Une grille de compétences a été établie pour chacun des 195 ouvriers de l'entreprise. Trois groupes ont ainsi pu être distingués :

- Le premier groupe (environ 45 % de l'effectif) au sein duquel les individus possèdent les compétences et le savoir-faire requis pour apporter une valeur ajoutée à leur entreprise. Cette proportion relativement élevée d'ouvriers très compétents explique d'ailleurs la qualité des produits proposés par Chausseluxe.
- Le deuxième groupe (environ 20 % de l'effectif) comporte des salariés qui ont encore à progresser pour atteindre le niveau de compétence exigé. Cependant, leur potentiel est indéniable.
- Le troisième groupe (environ 35 % de l'effectif) comprend des salariés dont la formation et le savoir-faire ne sont pas suffisants au regard des besoins de leur entreprise.

Chausseluxe est également confrontée à un problème de transmission des compétences entre salariés : transmission des compétences qui a pourtant longtemps été un facteur de différenciation pour l'entreprise.

De plus, nombre de salariés vont quitter l'entreprise dans les années à venir et le danger est grand de les voir partir avec leur savoir-faire.

Départs à la retraite 2009-2020

Périodes	2009-2011	2012-2014	2015-2020
Nombre de salariés concernés	10 salariés, dont 11 du premier groupe	20 salariés, dont 18 du premier groupe	20 salariés, dont 18 du premier groupe

Les départs en retraite vont également poser un problème d'encadrement des équipes, car l'entreprise emploie onze maîtres ouvriers et sept d'entre eux quittent l'entreprise dans les cinq ans à venir.

En outre, la politique salariale incitative de Chausseluxe conduit à proposer des salaires supérieurs de 20% à la moyenne nationale du secteur. La masse salariale constitue un handicap face à l'accroissement de l'intensité concurrentielle

Extrait du rapport du cabinet Nielsen, janvier 2009.



UNIVERSITÉ MOHAMMED PREMIER
ÉCOLE NATIONALE DE COMMERCE & DE GESTION
OUJDA

TASFEM 2010
Test : comptabilité des sociétés

Concours d'accès en S7 de l'ENCGO
Durée : 1Heure

Exercice (1)

La société anonyme « ABC » est constituée le 01/01/08 par émission de 10 000 actions de 200 dh chacune. L'apport en nature comporte :

- Une construction de 380 000 dh ;
- Une machine de 120 000 dh.

Le reste du capital est formé des actions en numéraire dont la moitié est versée entre. Les frais de constitution s'élèvent à 25 000 dh, payés par chèque bancaire

Le 01/06/08. Appel au reste du capital

Le 30/06/08. Tous les actionnaires ont répondu favorablement à l'appel

Passer au journal de l'entreprise toutes les écritures nécessaires.

Exercice (2)

Une société anonyme au capital de 3 000 000 dh (10 000 actions de 300 dh) a accumulé des pertes d'un montant de 900 000 dh. L'assemblée générale extraordinaire décide d'absorber ces pertes par une réduction du capital

- 1) *Quelles sont les solutions possibles qui s'offrent à cette société pour réaliser cette opération ?*
- 2) *Passer au journal les écritures relatives à cette réduction.*

Exercice (3)

Une société anonyme au capital de 600 000 dh (6 000 actions de nominal 100 dh et de valeur réelle 300 dh) décide, le 1/3/N, une double augmentation de capital :

Le 01/03/N : Émission de 3 000 actions de numéraire au prix d'émission de 140 dh,

Le 10/03/N : Incorporation de 200 000 dh de réserves facultatives et distribution de 2 000 actions gratuites

- 1) *Calculer les valeurs de droit de souscription et droit d'attribution.*
- 2) *Qu'entend-on par souscription à titre réductible et à titre irréductible ?*
- 3) *Passer au journal de l'entreprise toutes les écritures nécessaires*



UNIVERSITE MOHAMMED PREMIER
ECOLE NATIONALE DE COMMERCE & DE GESTION OUJDA

TASFEM 2010
Test : Marketing approfondi
Concours d'accès en S7 de l'ENCGO
Durée: 1 Heure

Répondre de manière concise et précise aux quatre questions suivantes :

- 1- Précisez les quatre étapes du processus d'achat dans le cas d'un client particulier ?
Discuter du cas particulier de l'achat impulsif ?
- 2- Citez trois éléments distinguant les études qualitatives des études quantitatives ?
Argumenter vos propos ?
- 3- Quel est l'intérêt de l'utilisation d'une ACP en matière de segmentation marketing ?
- 4- Discutez des éléments à considérer pour bâtir un bon positionnement marketing ?



UNIVERSITE MOHAMMED PREMIER
ECOLE NATIONALE DE COMMERCE & DE GESTION OUJDA

TASFEM 2010
Test : Fiscalité
Concours d'accès en 3^e de l'ENCGO
Durée : 30 Minutes

1- Impôt sur les Sociétés

1. Quelles sont les sociétés soumises à l'IS sur option ?
2. Préciser l'exercice de rattachement :
 - o Pour les produits ?
 - o Pour les charges ?
3. Quelles sont les conditions de déductibilité des charges ?

2- TVA

- Faites ressortir les différences entre le régime de l'encaissement et le régime de débit (TVA collectée et TVA déductible)
- Une entreprise a acquis en Juin 2008 un matériel et outillage : la valeur HT du matériel est de 120.000 DH. Le matériel est vendu en **mars 2010** pour un montant de 90.000 DH.

Quel est le traitement de cette opération lors de la cession en matière de TVA ? (le prorata est de 100% et le taux de TVA est de 20%)

3- Optimisation fiscale :

- Quels sont les avantages fiscaux accordés par la loi pour une société qui fait de l'exportation.