

CONCOURS D'ENTRÉE EN LICENCE COMMUNICATION NEGOCIATION VENTE (CNV)

Epreuve : Spécialité Durée : 3 heures

Dossier 1 : Gestion des stocks 6 pts

Vous êtes stagiaire dans la société AGRICOLE DU SUD qui importe des engrais et les commercialise au Cameroun, le directeur général vous charge de mettre sur pieds la gestion économique des stocks. Les données suivantes sont mises à votre disposition :

La consommation annuelle s'élève à 2 250 sacs. Le prix d'achat d'un sac est de 400 FCFA. Le coût de passation d'une commande est fixé à 1 800 FCFA et le taux de possession est de 10 pourcent de la valeur du stock moyen.

- 1- Citez quatre frais qui entrent dans le coût de possession de stock
- 2- Déterminer dans un tableau où les commandes varient de 1 à 8 les coûts de passation de commande, de possession de stock et le coût total. En déduire le lot économique.
- 3- Présenter dans un même graphique l'évolution de ces différents coûts.
- 4- Déterminer la cadence optimale par le modèle de Wilson. b

Dossier 2 : Analyse du marché 10 pts

Une nouvelle entreprise au nom de GENERAL COMPUTER veut s'installer au Cameroun. Elle envisage commercialiser les ordinateurs portatifs. Pour cela, elle a recueilli des renseignements consignés en annexe 1 au niveau de la chambre de commerce sur les ordinateurs portatifs.

- 1- Quel est le marché actuel des ordinateurs portatifs (en nombre d'ordinateurs portatifs)
- 2- Procéder à la répartition de ce marché en pourcentage entre les différentes marques
- 3- La chambre de commerce estime que :
 - les entreprises dont le chiffre d'affaires est inférieur à 5 500 000 ne peuvent s'équiper en ordinateurs portatifs et que le produit ne peut les intéresser.
 - Les entreprises dont le chiffre d'affaires est supérieur à 10 000 000 possèdent déjà un ordinateur portable.
 - 75 pourcent des autres entreprises sont équipées et 25 pourcent sont susceptibles d'acquérir un ordinateur portatif

Calculer :

- le nombre de consommateurs actuels
- le nombre de non consommateurs relatifs
- le nombre de non-consommateurs absolus
- en déduire le marché potentiel de l'ordinateur portatif.

Annexe 1 : Renseignements concernant le marché des ordinateurs portatifs.

Chiffre d'affaires en million	Nombre d'entreprises	Nombre d'ordinateurs par entreprise
(0 - 1)	3030	0
(1 - 10)	800	0,5
(10 - 100)	150	2
(100 - 1000)	15	5
1000 et plus	5	15

Les ordinateurs se répartissent ainsi entre les différentes marques

Marques	Nombre d'ordinateurs
IBM	238
TOSHIBA	136
DELL	357
Autres	119

Dossier 3 : Mathématiques financières 4 pts

Pour réaliser son installation, l'entreprise GENERAL COMPUTER contracte un emprunt de nominal K remboursable à l'aide de 6 annuités constantes.

On vous communique les renseignements ci-dessous

- La somme du premier amortissement et du deuxième amortissement est de 3 075 543 F
- La somme du deuxième amortissement et du troisième amortissement est de 3 198 565 F

- 1- Calculer le taux de l'emprunt
- 2- Déterminer le premier et le deuxième amortissement
- 3- Déterminer l'annuité constante
- 4- Déterminer le nominal de l'emprunt

Annexe 1

Cochez les affirmations exactes :

- a. Le marketing direct s'attache aux produits plus qu'au client
 - b. Le marketing direct est toujours rentable
 - c. Par rapport au marketing dit traditionnel, la supériorité du marketing direct se justifie par la croissance de l'efficacité relative de la publicité par des médias de masses
 - d. Le marketing direct cherche à vendre des produits standards par des communications de masse
- II. Les services possèdent quatre caractéristiques distinctives :
- a. La tangibilité
 - b. La divisibilité
 - c. La variabilité
 - d. La périssabilité
- III. La politique de promotion des ventes vise :
- a. Le réseau de distribution
 - b. Les vendeurs
 - c. Les prescripteurs
 - d. Les consommateurs
- IV. Cochez les affirmations exactes
- a. Un logo est ensemble de marque
 - b. Un jingle est un emblème de marque
 - c. Une extension de marque correspond au lancement d'une nouvelle ligne de produits
 - d. Une marque ombrelle cautionne les marques filles
 - e. Une spécialité de biscuits qui lance de l'eau réalise une extension de gamme
- V. Les effets négatifs de la promotion de vente peuvent être
- a. L'effet de l'anticipation
 - b. L'effet de déstockage
 - c. L'effet cannibale
 - d. L'effet de fidélisation promotionnelle
- VI. On distingue divers sortes de primes
- a. La prime directe
 - b. La prime différée
 - c. La prime échantillon
 - d. La prime cadeau
- VII. Un canal de distribution court
- a. Permet une relation directe avec les clients
 - b. Provoque les conflits récurrents
 - c. Permet d'assurer une meilleure diffusion du produit
 - d. Nécessite de gros investissements
- VIII. Les processus de prise de décision en analyse du comportement du consommateur comprennent :
- a. 4 étapes
 - b. 5 étapes
 - c. 6 étapes
 - d. 7 étapes
- IX. Dans le comportement du consommateur les facteurs environnementaux regroupent
- a. Les ressources personnelles
 - b. La personnalité
 - c. Le groupe de référence
 - d. Les facteurs sociaux culturels
- X. Il est possible d'effectuer
- a. Un traitement qualitatif de données qualitatives
 - b. Un traitement quantitatif de données quantitatives
 - c. Des études qualitatives menant à un traitement quantitatif des données
 - d. Des études quantitatives menant à un traitement qualitatif des données