

(à compléter)

L'ENVIRONNEMENT COMMERCIAL

1. Quand naît le commerce ?

Le commerce naît lorsque les produits bruts ou transformés font l'objet d'échanges: produits contre produits, produits contre valeurs, ou valeurs contre valeurs.

2. Qu'est-ce que le troc ? Quels sont ses inconvénients ?

Quand une personne échange ce qu'elle possède en trop contre ce qu'il lui manque. --Il faut que les désirs des parties intéressés coïncident et que les marchandises échangées aient une valeur plus ou moins égale.

3. Dans quel sens peut-on dire que la monnaie représente une valeur intermédiaire ?

Parce qu'elle fait intervenir une valeur qui peut se mettre à la place du troc

4. Quelle est la différence entre la fonction commerciale et l'activité productrice ?

Pour la première, on vend des matières ou des produits dans le même état physique que celui dans lequel ils ont été achetés; pour la deuxième, il faut stipuler, au contraire, qu'elle apporte des modifications aux ressources naturelles pour obtenir des biens finis

5. Qu'est-ce que le Code du commerce ?

6. Quels sont les différents actes de commerce:

(a) par nature ? (b) par leur forme ? (c) par la théorie de l'accessoire ? (d) actes mixtes ?

7. Comment le Code de Commerce définit-il le commerçant ?

8. Mentionnez quelques restrictions à la liberté de commerce ?

9. Mentionnez quelques restrictions quant à l'exercice de certaines activités commerciales.

10. Qu'est-ce que le **Registre de Commerce et des Sociétés** ?

11. Qu'est-ce que le numéro SIREN ?

12. La loi impose au commerçant des obligations comptables, fiscales, et, le cas échéant, sociales. Mentionnez-les.

13. Pourquoi le commerçant doit-il se faire ouvrir un compte courant ?

14. Comment les juges des Tribunaux de Commerce sont-ils élus ? Quel est leur rôle ?

15. Qu'est-ce qu'un fonds de commerce ? Quels en sont les éléments corporels et incorporels ?

16. Que signifie "remettre un fonds de commerce en location-gérance" ?

17. Qu'est-ce qu'un acte de nantissement ?

18. Quelles sont les formes traditionnelles du commerce ?

19. Le commerce indépendant isolé et le commerce indépendant associé assurent tant la fonction de gros que celle de détail. Commentez brièvement ces deux formes de commerce.

20. Quelles formes le commerçant indépendant associé peut-il prendre ?

21. Qu'est-ce que le commerce intègre ? Donnez-en deux exemples.

22. Qu'est-ce qu'un magasin à prix unique ? Exemples.

23. Qu'est-ce que le succursalisme ? Exemples.

24. Qu'est-ce qu'une coopérative de consommation ?
25. Qu'est-ce qu'un centre commercial ?
26. La vente par correspondance (**VPC**) est une forme de vente qui semble adaptée à la vie moderne. Commentez.
27. Expliquez les termes suivants: "vente promotionnelle"; "vente à prix coûtant".
28. Qu'est-ce que la "télédistribution" ?
29. Qu'est-ce qu'une personne morale ?
30. Qu'est-ce que la T.V.A. et comment se calcule-t-elle ?
31. Quelle est la triple mission des C.C.I. ?

CHAPITRE 2 STRUCTURE ET CARACTERISTIQUES GENERALES DE L'ENTREPRISE

1. Le mot entreprise recouvre deux réalités. Commentez.
2. De quels facteurs l'entreprise a-t-elle besoin pour réaliser son objectif ?
3. Quel est l'objectif d'une entreprise ?
4. Qu'est-ce qu'un organigramme ?
5. Donnez un exemple d'une liaison hiérarchique et d'une liaison fonctionnelle.
6. Quelle différence y a-t-il entre agents "en ligne" et agents "en staff" ?
7. Qu'est-ce que la structure "staff and line" ?
8. Sur quel principe la structure de décentralisation est-elle basée ?
9. Commentez les caractéristiques principales de l'entreprise:
 - a) C'est un agent économique
 - b) Elle combine des facteurs de production
 - c) Elle distribue des revenus
 - d) Elle est un lieu d'exercice et de répartition du pouvoir
 - e) Elle est un lieu de collaboration et d'affrontement.
10. Pourquoi les dirigeants d'une entreprise doivent-ils veiller au maintien de bonnes relations humaines ?
11. Nommez les facteurs de production.

Chapitre 3: Les différents types d'entreprises

1. Les entreprises se distinguent selon trois critères. Lesquels ?
2. Nommez le type d'entreprises qui appartient aux secteurs suivants:
 - a. primaire
 - b. secondaire
 - c. tertiaire
3. Selon la nature de leur activité, les entreprises peuvent aussi être classifiées par branches plutôt que par secteurs. Y a-t-il avantage à la classification par branches ?
4. D'après quels critères peut-on juger la dimension d'une entreprise ?
5. Quel critère essentiel détermine la forme juridique de l'entreprise ?
6. Selon la forme juridique, on distingue entre quatre types d'entreprises. Nommez-

les.

7. Qu'est-ce qu'une E.U.R.L. et une E.A.R.L. ?
8. Quelles différences y a-t-il entre le contrat de société et le contrat d'association ?
9. Quelles sont les trois formes juridiques principales des sociétés françaises
10. Qu'est-ce que la responsabilité solidaire et sans limite ?
11. Quelles sont les contraintes imposées aux associés d'une société de personnes
12. Définissez la structure des sociétés suivantes: a) sociétés en nom collectif b) société en commandite simple
13. Quelle différence y a-t-il entre société en commandite simple et la société en commandite par actions ?
14. Expliquez la structure des sociétés anonymes suivantes: a) société de type courant; et société à directoire.
15. Expliquez la structure de la S.A.R.L.. En quoi se rapproche-t-elle de la S.A. et en quoi ressemble-t-elle à une société de personnes ?
16. Quel est l'objectif principal d'une société coopérative ?
17. En quoi le coopérateur-actionnaire diffère-t-il de l'actionnaire d'une S.A. ?
18. Quelles formes principales de coopération distingue-t-on ?
19. Qu'est-ce qu'un G.I.E. ?
20. Qu'est-ce qu'une entreprise publique ?
21. Quels types d'entreprises publiques connaissez-vous ?

CHAPITRE 4: LA FONCTION COMMERCIALE DE L'ENTREPRISE

- 1 En quoi consiste la fonction commerciale de l'entreprise ?
- 2 Quelles sont les techniques du marketing ?
- 3 Quel est le rôle du marketing ?
- 4 A quel stade de l'activité commerciale le marketing intervient-il ?
- 5 Qu'est-ce qu'une étude de marché ?
- 6 Comment faut-il délimiter sa marche ?????
- 7 Une étude de marché permet de dégager quatre catégories de marchés et d'acheteurs. Nommez-les ?
8. Comment obtient-on le marché théorique d'une branche ?
9. Par quels moyens l'entreprise s'efforcera-t-elle à développer sa part de marché
10. Comment l'entreprise peut-elle définir son marché potentiel ?
11. Que signifie la phrase "il faut que le marché existe et qu'il soit solvable" ?
12. Une étude de marché doit présenter des analyses quantitatives et qualitatives. Expliquez.

13. Pourquoi l'entreprise segmente-t-elle les clients actuels et potentiels ? Selon quels critères cette segmentation se pratique-t-elle ?
14. Pourquoi Henri Ford pouvait-il se permettre de n'offrir qu'un seul modèle de voiture alors qu'aujourd'hui il faut constamment innover et différencier les produits ?
15. Qu'est-ce qu'une enquête par sondage ?
16. Selon quels critères peut-on cibler les échantillons d'un sondage ?
17. Sur quoi la technique du sondage est-elle fondée ?
18. Qu'est-ce que la méthode de probabilité
19. Quel est l'objet du questionnaire ?
20. Qu'est-ce qu'on entend par question ouverte et question fermée ?
21. Qu'est-ce qu'une étude de motivation ?
22. Quels types de promotion publicitaire connaissez-vous ?
23. Quel est le but de la publicité
24. Quelles formes la publicité peut-elle prendre ?
25. Qu'est-ce qu'on appelle les "relations publiques" ?
26. Par quels moyens peut-on transmettre les messages publicitaires ?
27. Donnez quelques exemples de promotions de vente.
28. Quelle est la différence essentielle entre la publicité et la promotion des ventes, bien que les deux poursuivent le même but ?

Chapitre 5: Les agents de la fonction commerciale

1. Qu'est-ce qu'un canal de distribution par rapport à un circuit de distribution ?
2. Quels intermédiaires s'interposent le plus souvent entre producteurs et consommateurs ?
3. Définissez le rôle du grossiste.
4. Pourquoi le commerce de gros occupe-t-il une place importante dans le circuit de distribution ?
5. Qu'est-ce qu'un prix de revient ?
6. Définissez le rôle du détaillant.

7. Illustrez comment l'intervention d'intermédiaires peut contribuer à la réduction du coût de la distribution.

8. Quelle différence existe-t-il