



الأطر المرجعية لاختبارات الامتحان الوطني الموحد للبكالوريا -2014-  
الإطار المرجعي لمادة الاقتصاد والتنظيم الإداري للمقاولات  
شعبة علوم الاقتصاد والتدبير: مسلك علوم التدبير المحاسباتي

*Matière : Economie et organisation administrative des entreprises*

*Filière : sciences de gestion comptable*

I- Programme :

1<sup>ère</sup> PARTIE : L'ORGANISATION DE L'APPROVISIONNEMENT

Contenus	Recommandations et Précisions	Eléments du programme faisant l'objet d'évaluation en examen national
<p><b>1- Introduction</b> 1-1- Notion d'approvisionnement 1-2- Modes de production selon les contraintes commerciales</p>	<p>1-1 Au sens large et au sens strict. 1-2 (Approvisionnement selon le mode de production à la commande : définition et appréciation);(Approvisionnement selon le mode de production pour le stock : définition et appréciation).</p>	<p>1-2 (Approvisionnement selon le mode de production à la commande : définition et appréciation);(Approvisionnement selon le mode de production pour le stock : définition et appréciation).</p>
<p><b>2- L'achat</b> 2-1- Notion 2-2- Processus 2-2-1- Le besoin</p>	<p>2-1 Définition de l'achat. 2-2-1 Définition du besoin d'une Entreprise (Prescripteur et utilisateur).</p>	<p>2-2-1 Définition du besoin d'une Entreprise (Prescripteur et utilisateur).</p>

الأطر المرجعية للامتحان الموحد الوطني لنيل شهادة البكالوريا - 2014 -  
الإطار المرجعي لاختبار مادة الاقتصاد والتنظيم الإداري للمقاولات - شعبة علوم الاقتصاد والتدبير : مسلك علوم التدبير المحاسباتي  
مديرية التقييم وتنظيم الحياة المدرسية والتكوينات المشتركة بين الأكاديميات- المركز الوطني للتقييم و الامتحانات والتوجيه

الهاتف/52/0537.71.44.53 - الفاكس : 0537.71.44.09 البريد الإلكتروني : [cneebac@gmail.com](mailto:cneebac@gmail.com)



2-2-2- La prospection des marchés	2-2-2 Méthodes de prospection des marchés (contacts directs, annonces, annuaires, salon, internet...).	2-2-2 Méthodes de prospection des marchés (contacts directs, annonces, annuaires, salon, internet...).
2-2-3- La sélection du ou des fournisseurs	2-2-3 Paramètres déterminant le choix du meilleur fournisseur sur la base de données quantitatives (prix, réductions commerciales et financière, quantité...) et qualitatives (délai de livraison, mode de paiement, mode de transport, SAV...Ce choix concernera une comparaison entre 2 à 3 fournisseurs).	2-2-3 Paramètres déterminant le choix du meilleur fournisseur sur la base de données quantitatives (prix, réductions commerciales et financière, quantité...) et qualitatives (délai de livraison, mode de paiement, mode de transport, SAV...Ce choix concernera une comparaison entre 2 à 3 fournisseurs).
2-2-4- La passation de la commande	2-2-4 Définition et formes (écrite : lettre de commande, bon de commande, bulletin de commande), contacts directs, messagerie électronique.	2-2-4 Définition et formes (écrite : lettre de commande, bon de commande, bulletin de commande), contacts directs, messagerie électronique.
2-2-5- Le suivi et le contrôle	2-2-5 Le suivi (surveillance des délais) et le contrôle (quantitatif, qualitatif).	2-2-5 Le suivi (surveillance des délais) et le contrôle (quantitatif, qualitatif).
2-3- Objectifs	2-3 Objectifs de la fonction achat (prix, qualité, délais, flexibilité, sécurité, continuité...).	2-3 Objectifs de la fonction achat (prix, qualité, délais, flexibilité, sécurité, continuité...).
2-4- Organisation	2-4 Organisation à l'aide d'un organigramme simplifié.	
2-4-1- Les services	2-4-1 Définition des services.	
2-4-2- Les hommes	2-4-2 Définition des hommes (profils de l'acheteur, du gestionnaire et du magasinier).	
2-4-3- Les modes de collaboration	2-4-3 Centralisation et décentralisation des achats.	2-4-3 Centralisation et décentralisation des achats.
2-5- Evolution de la fonction achat	2-5 Partenariat (agrégation,...), E-achat...	2-5 Partenariat (agrégation,...), E-achat...
<b>3- La gestion des stocks :</b>		
3-1- Notion de stock	3-1 Notion de stock.	
3-2- La gestion matérielle des stocks	3-2 Définition et caractéristiques des locaux.	
3-3- Objectifs de la gestion des stocks	3-3 Objectif de sécurité et objectif financier.	3-3 Objectif de sécurité et objectif financier.
3-4- Nouvelles techniques de gestion des	3-4 Nouvelles techniques de gestion	3-4 Nouvelles techniques de gestion

stocks 3-4-1- Zéro stock 3-4-2- Juste à temps	des stocks 3-4-1 Définition et appréciation. 3-4-2 Définition et appréciation.	des stocks 3-4-1 Définition et appréciation. 3-4-2 Définition et appréciation
---	--	---

## 2ème PARTIE : L'ORGANISATION DE LA PRODUCTION

Contenus	Recommandations et Précisions	Eléments du programme faisant l'objet d'évaluation en examen national
<b>1-Étapes préparatoires à la production</b> 1-1 Etablissement du cahier de charges  1-2 Conception (bureau d'étude) 1-3 Détermination des postes de travail (bureau des méthodes)  1-4 Etablissement du planning de fabrication (bureau d'ordonnancement) 1-4-1- Présentation du bureau 1-4-2- Etablissement du planning de fabrication 1-4-2-1 Enchaînement rationnel des opérations et des étapes de la production 1-4-2-2 Enchaînement optimal : raisonnement par la méthode PERT 1-4-3 Etablissement du graphique de GANTT	1-1 Définition du cahier de charge et des étapes de son élaboration. 1-2 Définition et missions. 1-3 Définition et missions.  1-4 Etablissement du planning de fabrication 1-4-1 Définition et missions.  1-4-2-1 Définition de la fonction ordonnancement (critère du coût et du temps). 1-4-2-2 Principe de la méthode PERT (Rappel notion déjà vue en première). 1-4-3 Elaboration du graphique de GANTT.	
<b>2- Contraintes liées à l'organisation de l'atelier</b> 2-1 La combinaison des facteurs de production	2-1 Définition et évolution.	



<p><b><u>l'Entreprise</u></b> 1-1- Place de la fonction financière 1-2- Rôles de la fonction financière</p>	<p>1-1 Relation de la fonction financière avec les autres fonctions de l'entreprise. 1-2 Rôles de la fonction financière (financement des besoins d'exploitation, financement des besoins d'investissement).</p>	
<p><b><u>2- Solvabilité et rentabilité</u></b> 2-1- Définition et mesure de la solvabilité 2-1-1- Définition  2-1-2- Mesures et appréciations 2-1-2-1- Ratio de solvabilité à court terme  2-1-2-2- Ratio d'autonomie financière  2-2- Définition et mesure de la rentabilité 2-2-1- Définition  2-2-2- Mesures et appréciations 2-2-2-1- Rentabilité financière  2-2-2-2- Rentabilité économique</p>	<p>2-1-1 Définition de la solvabilité de l'entreprise Précision des engagements de l'entreprise (opérations courantes, dettes envers les partenaires, prélèvements obligatoires). Lien entre solvabilité et notoriété.  2-1-2-1 Calcul, lecture et interprétation Ratio de solvabilité à CT (ou Trésorerie à échéance) = <b>(Créances+Trésorerie-actif)/Dettes à CT</b> 2-1-2-2 Calcul, lecture et interprétation Ratio d'autonomie financière = capitaux propres /dettes  2-2-1 Définition de la rentabilité Lien rentabilité et cycle de vie de l'entreprise  2-2-2-1 Calcul, lecture et interprétation Ratio de rentabilité financière = <b>Résultat net / capitaux propres</b>  2-2-2-2 Calcul, lecture et interprétation Ratio de rentabilité économique = <b>Résultat net /capitaux investis</b></p>	<p>2-1-1 Définition de la solvabilité de l'entreprise Précision des engagements de l'entreprise (opérations courantes, dettes envers les partenaires, prélèvements obligatoires). Lien entre solvabilité et notoriété.  2-1-2-1 Calcul, lecture et interprétation Ratio de solvabilité à CT(ou Trésorerie à échéance) = <b>(Créances+ Trésorerie-actif)/Dettes à CT</b> 2-1-2-2 Calcul, lecture et interprétation Ratio d'autonomie financière = capitaux propres/dettes  2-2-1 Définition de la rentabilité Lien rentabilité et cycle de vie de l'entreprise  2-2-2-1 Calcul, lecture et interprétation Ratio de rentabilité financière = <b>Résultat net / capitaux propres</b></p> 

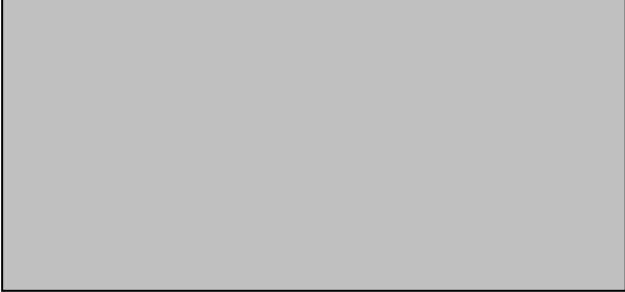
<p>2-2-2-3- Rentabilité commerciale</p>	<p>2-2-2-3 Calcul, lecture et interprétation Ratio de rentabilité commerciale = <b>Résultat d'exploitation / Chiffre d'affaires</b> <b>Résultat net / Chiffre d'affaires</b></p> <p><b>NB : l'enseignant de la discipline est appelé à coordonner avec l'enseignant de la Comptabilité et mathématiques financières pour le calcul des ratios.</b></p>	<p>2-2-2-3 Calcul, lecture et interprétation Ratio de rentabilité commerciale = <b>Résultat d'exploitation / Chiffre d'affaires</b> <b>Résultat net / Chiffre d'affaires</b></p> <p><b>NB : l'enseignant de la discipline est appelé à coordonner avec l'enseignant de la Comptabilité et mathématiques financières dans cette pour le calcul des ratios.</b></p>
<p><b>3- Financement du cycle d'exploitation et de l'investissement</b></p> <p>3-1- Financement du cycle d'exploitation</p> <p>3-1-1- Notion du cycle d'exploitation</p> <p>3-1-1-1- Etapes du cycle d'exploitation</p> <p>3-1-1-2- Le besoin en fonds de roulement</p> <p>3-1-2- Les moyens de financement</p> <p>3-1-2-1- Le crédit fournisseurs</p> <p>3-1-2-2- L'escompte</p> <p>3-1-2-3- Le factoring</p> <p>3-1-2-4- Les facilités de caisse</p> <p>3-1-2-5- Le découvert</p> <p>3-2- Financement de l'investissement</p> <p>3-2-1- Notion de l'investissement</p> <p>3-2-1-1- Les différents types</p>	<p>3-1-1 Définition du cycle d'exploitation</p> <p>3-1-1-1 Définition des étapes du cycle d'exploitation :</p> <p>Les phases d'approvisionnement, de production et de commercialisation</p> <p>3-1-1-2 Définition du BFR ; Calcul, lecture et interprétation du BFR (cas simple)</p> <p>3-1-2-1 Définition, avantages et limites</p> <p>3-1-2-2 Définition, avantages et limites</p> <p>3-1-2-3 Définition, avantages et limites</p> <p>3-1-2-4 Définition, avantages et limites</p> <p>3-1-2-5 Définition, avantages et limites</p> <p><b>NB : Traiter les moyens de financement sans faire appel aux calculs.</b></p> <p>3-2-1 Définition (au sens économique et comptable)</p>	<p>3-1-1-2 Définition du BFR ; Calcul, lecture et interprétation du BFR (cas simple)</p> <p>3-1-2-1 Définition, avantages et limites</p> <p>3-1-2-2 Définition, avantages et limites</p> <p>3-1-2-3 Définition, avantages et limites</p> <p>3-1-2-4 Définition, avantages et limites</p> <p>3-1-2-5 Définition, avantages et limites</p> <p><b>NB : Traiter les moyens de financement sans faire appel aux calculs</b></p> <p>3-2-1 Définition (au sens économique et comptable)</p>

d'investissement	3-2-1-1 Classification des investissements (Rappel : cours d'économie générale de 1 <sup>o</sup> année) selon leur nature : matériel, immatériel et financier ; selon l'objectif : la création, le renouvellement, la capacité, et la productivité.	3-2-1-1 Classification des investissements (Rappel : cours d'économie générale de 1 <sup>o</sup> année) selon leur nature : matériel, immatériel et financier ; selon l'objectif : la création, le renouvellement, la capacité et la productivité.
3-2-1-2- Le fonds de roulement	3-2-1-2 Définition Relation FR, BFR et trésorerie (calcul, lecture et interprétation)	3-2-1-2 Définition Relation FR, BFR et trésorerie (calcul, lecture et interprétation)
3-2-2- Les moyens de financement		
3-2-2-1- La capacité d'auto financement	3-2-2-1 Définition, avantages et limites.	3-2-2-1 Définition, avantages et limites.
3-2-2-2- L'augmentation du capital	3-2-2-2 Définition, Formes de l'augmentation de capital (par apports en numéraire, par apport en nature), avantages et limites.	3-2-2-2 Définition, Formes de l'augmentation de capital (par apports en numéraire, par apport en nature), avantages et limites.
3-2-2-3- Les dettes financières	3-2-2-3 Définition : les emprunts indivis et les emprunts obligataires, avantages et limites.	3-2-2-3 Définition : les emprunts indivis et les emprunts obligataires, avantages et limites.
3-2-2-4- Le crédit bail (leasing)	3-2-2-4 Définition, avantages et limites <b>NB : comparaison des différents moyens de financement (2 ou plusieurs d'entre eux).</b>	3-2-2-4 Définition, avantages et limites <b>NB : comparaison des différents moyens de financement (2 ou plusieurs d'entre eux).</b>


#### 4<sup>ème</sup> PARTIE : LA MERCATIQUE

Contenus	Recommandations et Précisions	Eléments du programme faisant l'objet d'évaluation en examen national
----------	-------------------------------	---

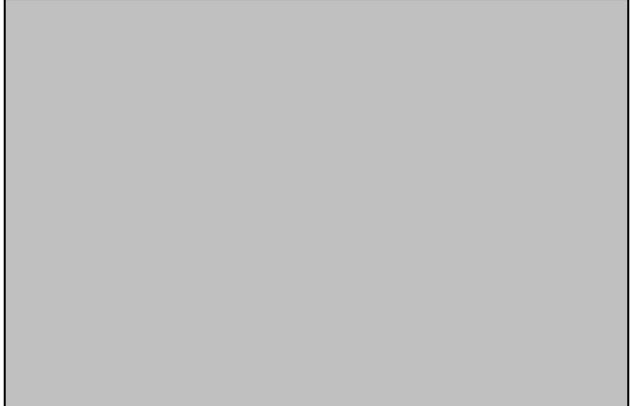
الإطار المرجعية لامتحان الموحد الوطني لنيل شهادة البكالوريا - 2014 -  
الإطار المرجعي لاختبار مادة الاقتصاد والتنظيم الإداري للمقاولات - شعبة علوم الاقتصاد والتدبير : مسلك علوم التدبير المحاسباتي  
مديرية التقويم وتنظيم الحياة المدرسية والتكوينات المشتركة بين الأكاديميات- المركز الوطني للتقويم و الامتحانات والتوجيه  
الهاتف/52/ 0537.71.44.53 - الفاكس : 0537.71.44.09 البريد الإلكتروني : [cneebac@gmail.com](mailto:cneebac@gmail.com)

<p><b>1- Introduction</b></p> <p>1-1 Notion de mercatique</p> <p>1-2 L'évolution historique</p> <p>1-2-1 L'optique production</p> <p>1-2-2 L'optique vente</p> <p>1-2-3 L'optique mercatique</p>	<p>1-1 Définition, domaines d'application ; limites.</p> <p>1-2-1 Principales caractéristiques.</p> <p>1-2-2 Principales caractéristiques.</p> <p>1-2-3 Principales caractéristiques.</p>	
<p><b>2- Marché et Entreprise</b></p> <p>2-1 Classification des marchés</p> <p>2-2 Notion de segmentation du marché</p> <p>2-3 Etude du marché de l'entreprise</p>	<p>2-1 Classification des marchés : Approche descriptive Selon la nature du produit ; selon la destination du produit ; selon l'étendue géographique ; Approche dynamique Marché réel ; marché potentiel ; calcul des marchés en % et en part absolue. (représentation graphique : en bandes et circulaire)</p> <p>2-2 Notion de segmentation du marché Définition ; Objectifs de la segmentation ; Critères de la segmentation.</p> <p>2-3 Définition</p>	<p>2-1 Classification des marchés : Approche descriptive Selon la nature du produit ; selon la destination du produit ; selon l'étendue géographique ; Approche dynamique Marché réel ; Marché potentiel ; Calcul des marchés en % et en part absolue. (représentation graphique : en bandes et circulaire)</p> <p>2-2 Définition ; Objectifs de la segmentation ; Critères de la segmentation.</p> <p>2-3 Définition</p>




<p>2-3-1 Types d'études</p> <p>2-3-2 Etapes de l'étude</p>	<p>2-3-1 Types d'études (documentaires, quantitatives, qualitatives). Définition et exemples pour chaque types d'études.</p> <p>2-3-2 Etapes de l'étude Principales caractéristiques de chaque étape : L'identification du problème ; L'élaboration du plan de l'étude ; Exécution du plan de l'étude ; Rédaction du rapport de l'étude.</p>	<p>2-3-1 Types d'études (documentaires, quantitatives, qualitatives). Définition et exemples pour chaque types d'études.</p> 
<p><b>3- L'action sur le marché</b></p> <p>3-1 La politique du produit</p> <p>3-1-1 Notion et caractéristiques du produit</p> <p>3-1-2 Notion de cycle de vie</p> <p>3-1-3 Moyens de prolongement de la vie d'un produit</p> <p>3-2 La politique du prix</p> <p>3-2-1 Notion de prix</p> <p>3-2-2 Méthodes de formation du prix</p>	<p>3-1-1 Notion : produit , gamme de produit. Caractéristiques du produit (Conditionnement, emballage, stylique et marque)</p> <p>3-1-2 Notion et phases (lancement, croissance, maturité, déclin) , Représentation graphique du cycle de vie d'un produit et interprétation.</p> <p>3-1-3 Motifs, moyens de prolongement (innovation par action sur les caractéristiques du produit, publicité, promotion,....)</p> <p>3-2-1 Notion</p> <p>3-2-2 Approche basée sur l'offre Approche basée sur les coûts (à partir d'un coût</p>	<p>3-1-1 Notion : produit , gamme de produit. Caractéristiques du produit (Conditionnement, emballage, stylique et marque)</p> <p>3-1-2 Notion et phases (lancement, croissance, maturité, déclin) ; Représentation graphique du cycle de vie d'un produit et interprétation.</p> <p>3-1-3 Motifs, moyens de prolongement (innovation par action sur les caractéristiques du produit, publicité, promotion,....)</p> <p>3-2-1 Notion</p> <p>3-2-2 Approche basée sur l'offre Approche basée sur les coûts (à partir d'un coût</p>


<p>3-2-3 Fixation du prix et segmentation du marché</p>	<p>de revient donné (CR)) Approche basée sur la demande : - Elasticité : définition ; - Prix psychologique : définition Contraintes à la fixation des prix (économiques, juridiques et professionnelles). 3-2-3 Politique de pénétration ; Politique d'alignement ; Politique d'écémage. <b>N.B. Définition et appréciation de chaque politique de prix.</b></p>	<p>de revient donné (CR)) Approche basée sur la demande : - Elasticité : définition ; - Prix psychologique : définition Contraintes à la fixation des prix (économiques, juridiques et professionnelles). 3-2-3 Politique de pénétration ; Politique d'alignement ; Politique d'écémage. <b>N.B. Définition et appréciation de chaque politique de prix.</b></p>
<p>3-3 La politique de communication 3-3-1 Notion de communication  3-3-2 Types de politiques  3-3-3 Etapes d'élaboration d'une politique de communication</p>	<p>3-3-1 Notion ; Objectifs 3-3-2 La publicité (Définition et Objectifs). La promotion (Définition et Objectifs). Les relations publiques : sponsoring et mécénat (Définition et Objectifs). 3-3-3 Cas général Cas particulier : la publicité.</p>	<p>3-3-1 Notion ; Objectifs 3-3-2 La publicité (Définition et Objectifs). La promotion (Définition et Objectifs). Les relations publiques : sponsoring et mécénat (Définition et Objectifs).</p>
<p>3-4 La politique de distribution 3-4-1 Notion de distribution 3-4-2 Notion de circuit de distribution</p>	<p>3-4-1 Notion 3-4-2 Notion d'un canal : direct , court, long Notion et taille d'un circuit.</p>	<p>3-4-1 Notion 3-4-2 Notion d'un canal : direct , court, long Notion et taille d'un circuit</p>

<p>3-4-3 Choix d'un canal de distribution en fonction :</p> <p>3-4-3-1 de l'entreprise 3-4-3-2 du produit 3-4-3-3 des caractéristiques du marché 3-4-3-4 des attentes de l'entreprise</p> <p>3-4-4 Choix d'une politique de distribution</p> <p>3-4-4-1 La distribution intensive 3-4-4-2 La distribution sélective 3-4-4-3 La distribution exclusive</p> <p>3-5 La force de vente</p> <p>3-5-1 Notion de force de vente</p> <p>3-5-2 Rôle de la force de vente 3-5-3 Politique de force de vente</p>	<p>3-4-3-1 à 3-4-3-4 Synthèse (justification du choix).</p> <p>3-4-4-1 à 3-4-4-3 Définition et appréciation ;</p> <p>3-5-1 Notion ; Force de vente salariée ; Force de vente non salariée ; 3-5-2 Principaux rôles. 3-5-3 Selon les objectifs ; Selon la taille optimale ; Selon les produits et les zones d'intervention ; Selon les compétences ; Selon la nature et le niveau de rémunération ; Suivi et le contrôle</p>	<p>3-4-3-1 à 3-4-3-4 Synthèse (justification du choix).</p> <p>3-4-4-1 à 3-4-4-3 Définition et appréciation ;</p> 
---	---	--

## 5<sup>ème</sup> PARTIE : LA STRATEGIE ET LA CROISSANCE

Contenus	Recommandations et Précisions	Eléments du programme faisant l'objet d'évaluation en examen national
1- <u>Nécessité de l'élaboration d'une stratégie pour l'entreprise</u>	1- Défis : la mondialisation, le progrès technique, l'environnement écologique, l'énergie,...	1- Défis : la mondialisation, le progrès technique, l'environnement écologique, l'énergie,...

<p><b>2- Notion de stratégie</b></p> <p>2-1 Finalités économiques</p> <p>2-2 Finalités sociales</p> <p>2-3 Les objectifs d'une stratégie</p> <p>2-3-1 Définition</p> <p>2-3-2 Objectifs économiques :</p> <p>2-3-3 Objectifs non économiques</p> <p><b>3- La planification stratégique</b></p> <p>3-1 Définition</p>	<p>2- Notion de la stratégie d'entreprise</p> <p>Notion de finalité</p> <p>2-1 Finalités économiques : Compétitivité, rentabilité , longévité</p> <p>2-2 Finalités sociales : politique sociale, distribution de revenus</p> <p><b>N.B. Finalités sociétales : protection de l'environnement, l'entreprise « citoyenne », respect de l'éthique,...</b></p> <p>2-3-1 Définition d'un objectif</p> <p>Lien entre finalité et objectif</p> <p>2-3-2 Objectifs économiques</p> <p>Objectifs pour assurer la rentabilité : minimisation des coûts, flexibilité, recherche des synergies.</p> <p>Objectifs pour assurer la survie : solvabilité, autonomie financière, innovation, recherche de débouchés nouveaux...</p> <p>2-3-3 Objectifs non économiques</p> <p>Notoriété, motivation des Hommes, économie d'énergie, réduction de la pollution, ...</p> <p>3-1 Définition</p> <p>Les outils de la planification (prévision, Prospective, veille technologique)</p> <p>Les caractéristiques de la planification (la durée ou l'horizon, le champ et la démarche)</p>	<p>2 définition de la stratégie d'entreprise</p> <p>Notion de finalité</p> <p>2-1 Finalités économiques : Compétitivité, rentabilité , longévité</p> <p>2-2 Finalités sociales : politique sociale, distribution de revenus</p> <p><b>N.B. Finalités sociétales : protection de l'environnement, l'entreprise « citoyenne », respect de l'éthique,....</b></p> <p>2-3-1 Définition d'un objectif</p> <p>Lien entre finalité et objectif</p> <p>2-3-2 Objectifs économiques</p> <p>Objectifs pour assurer la rentabilité : minimisation des coûts, flexibilité, recherche des synergies.</p> <p>Objectifs pour assurer la survie : solvabilité, autonomie financière, innovation, recherche de débouchés nouveaux...</p> <p>2-3-3 objectifs non économiques</p> <p>Notoriété, motivation des Hommes, économie d'énergie, réduction de la pollution, ...</p> 
--	--	---

<p>3-2 Mise en place de la planification stratégique</p> <p>3-2-1 Le diagnostic</p> <p>3-2-2 Le plan stratégique</p> <p>3-2-3 Les plans opérationnels</p> <p>3-2-4 Les budgets</p> <p>3-3- Le processus de planification</p> <p>3-4 Le contrôle des réalisations</p> <p>3-5 Avantages et limites de la planification</p>	<p>3-2 Mise en place de la planification stratégique</p> <p>3-2-1 Définition et place du diagnostic dans le processus de planification Distinction : diagnostic interne et externe (Forces, faiblesses – Opportunités, menaces)</p> <p>3-2-2 Définition et lien avec le diagnostic</p> <p>3-2-3 Définition et lien avec le plan stratégique</p> <p>3-2-4 Définition et rôle des budgets</p> <p>3-3 Schéma récapitulatif du processus de planification, intégrant la phase de contrôle et la rétroaction</p> <p>3-4 L'objectif du contrôle (vérification et analyse des écarts entre les prévisions et les réalisations) L'exercice du contrôle (au niveau de la direction générale et au niveau de l'exécution)</p> <p>3-5 Avantages et limites de la planification</p>	<p>3-2 Mise en place de la planification stratégique</p> <p>3-2-1 Définition et place du diagnostic dans le processus de planification Distinction : diagnostic interne et externe (Forces, faiblesses – Opportunités, menaces)</p> <p>3-2-2 Définition et lien avec le diagnostic</p> <p>3-2-3 Définition et lien avec le plan stratégique</p> 
<p><b>4- L'analyse concurrentielle</b></p> <p>4-1 Les fondements de l'analyse concurrentielle</p> <p>4-1-1 Le domaine d'activité</p> <p>4-1-2 Le métier</p> <p>4-1-3 La segmentation stratégique</p>	<p>4-1 Les fondements de l'analyse concurrentielle</p> <p>4-1-1 Définition (évoquer aussi le domaine d'activité stratégique : DAS)</p> <p>4-1-2 Définition</p> <p>4-1-3 Définition</p>	<p>4-1 Les fondements de l'analyse concurrentielle</p> <p>4-1-1 Définition (évoquer aussi le domaine d'activité stratégique : DAS)</p> <p>4-1-2 Définition</p> <p>4-1-3 Définition</p>

<p>4-2 La position concurrentielle de l'entreprise 4-2-1 L'apport du cycle de vie</p> <p>4-2-2 L'apport de l'effet d'expérience 4-2-3 L'apport du portefeuille d'activité</p> <p>4-3 Les facteurs explicatifs de l'avantage compétitif 4-3-1 Facteurs relatifs à la dimension 4-3-1-1 Les économies d'échelle</p> <p>4-3-1-2 La taille critique</p> <p>4-3-1-3 L'effet d'expérience 4-3-2 Les facteurs relatifs aux ressources</p> <p>4-3-2-1 Le savoir faire 4-3-2-2 La synergie</p> <p>4-3-2-3 La capacité d'innovation</p> <p>4-3-3 Les facteurs relatifs à l'amélioration de la productivité</p>	<p>4-2 La position concurrentielle de l'entreprise 4-2-1 Définition de cycle de vie d'un métier Lien entre cycle de vie de produit et de métier</p> <p>4-2-2 Analyse de la courbe d'expérience 4-2-3 Présentation de l'analyse selon le modèle du BCG</p> <p>4-3 Les facteurs explicatifs de l'avantage compétitif (les facteurs clés de succès : FCS) 4-3-1 Facteurs relatifs à la dimension 4-3-1-1 Définition et illustration par des exemples 4-3-1-2 Définition, distinguer le seuil « commercial », « technologique » et « de puissance ». 4-3-1-3 Définition</p> <p>4-3-2 Définition Facteurs de production et ressources immatérielles 4-3-2-1 Définition 4-3-2-2 Définition et conséquences de l'effet de synergie 4-3-2-3 Notion et types d'innovation ( technologique, commerciale, organisationnelle, institutionnelle).</p> <p>4-3-3 Gains de productivité Origine des gains de productivité</p>	<p>4-2 La position concurrentielle de l'entreprise 4-2-1 Définition de cycle de vie d'un métier Lien entre cycle de vie de produit et de métier</p> <p>4-2-2 Analyse de la courbe d'expérience 4-2-3 Présentation de l'analyse selon le modèle du BCG</p> <p>4-3 Les facteurs explicatifs de l'avantage compétitif (les facteurs clés de succès : FCS) 4-3-1 Facteurs relatifs à la dimension 4-3-1-1 Définition et illustration par des exemples 4-3-1-2 Définition, distinguer le seuil « commercial », « technologique » et « de puissance » 4-3-1-3 Définition</p> <p>4-3-2 Définition Facteurs de production et ressources immatérielles 4-3-2-1 Définition 4-3-2-2 Définition et conséquences de l'effet de synergie 4-3-2-3 Notion et types d'innovation ( technologique, commerciale, organisationnelle, institutionnelle).</p> <p>4-3-3 Gains de productivité Origine des gains de productivité</p>
--	---	--

<p><b>5- Les options stratégiques</b></p> <p>5-1 Stratégie de spécialisation et de diversification</p> <p>5-1-1 La spécialisation</p> <p>5-1-1-1 Définition de la spécialisation</p> <p>5-1-1-2 Axes de spécialisation</p> <p>5-1-1-3 La spécialisation comme stratégie de survie</p> <p>5-1-1-4 Avantages et limites de la stratégie de spécialisation</p> <p>5-1-2 La diversification</p> <p>5-1-2-1 Notion</p> <p>5-1-2-2 Types</p> <p>5-1-2-3 Avantages et limites</p> <p>5-2 Les stratégies d'impartition et d'intégration</p> <p>5-2-1 Les stratégies d'impartition</p> <p>5-2-1-1 Définition</p> <p>5-2-1-2 Modalités</p>	<p>5-1-1 La spécialisation</p> <p>5-1-1-1 Définition de la spécialisation stratégique</p> <p>5-1-1-2 La pénétration du marché Le développement du marché (extension géographique ou nouveaux clients) Le développement du produit</p> <p>5-1-1-3 La spécialisation comme stratégie de survie La stratégie de dégagement La stratégie de recentrage</p> <p>5-1-1-4 Avantages et limites de la stratégie de spécialisation</p> <p>5-1-2 La diversification</p> <p>5-1-2-1 Notion de la diversification stratégique (et non commerciale)</p> <p>5-1-2-2 Types : (diversification de placement, de redéploiement, de confortement et de survie)</p> <p>5-1-2-3 Avantages et limites</p> <p>5-2 Les stratégies d'impartition et d'intégration</p> <p>5-2-1 Les stratégies d'impartition</p> <p>5-2-1-1 Définition</p> <p>5-2-1-2 Partenariats inter entreprises (sous-traitance, cession de licence, concession, franchise) Autres formes d'impartition (groupement d'intérêt économique, filiale commune ou joint-venture)</p> <p>Avantages et limites de la stratégie</p>	<p>5-1-1 La spécialisation</p> <p>5-1-1-1 Définition de la spécialisation stratégique</p> <p>5-1-1-2 La pénétration du marché Le développement du marché (extension géographique ou nouveaux clients) Le développement du produit</p> <p>5-1-1-3 La spécialisation comme stratégie de survie La stratégie de dégagement La stratégie de recentrage</p> <p>5-1-1-4 Avantages et limites de la stratégie de spécialisation</p> <p>5-1-2 La diversification</p> <p>5-1-2-1 Définition de la diversification stratégique (et non commerciale)</p> <div style="background-color: #cccccc; width: 100%; height: 40px; margin: 10px 0;"></div> <p>5-1-2-3 Avantages et limites</p> <p>5-2 Les stratégies d'impartition et d'intégration</p> <p>5-2-1 Les stratégies d'impartition</p> <p>5-2-1-1 Définition</p> <p>5-2-1-2 Partenariats inter entreprises (sous-traitance, cession de licence, concession, franchise) Autres formes d'impartition (groupement d'intérêt économique, filiale commune ou joint-venture)</p> <p>Avantages et limites de la stratégie d'impartition.</p>
--	--	---



<p>5-2-2 Stratégie d'intégration  5-2-2-1 Définition  5-2-2-2 Les niveaux d'intégration</p> <p>5-2-2-3 Les modalités de l'intégration</p> <p>5-2-2-4 Avantages et limites</p> <p>5-2-3 Stratégie d'internationalisation</p> <p>5-2-3-1 Notion d'entreprises nationales et internationales  5-2-3-2 Raisons de la recherche de l'internationalisation  5-2-3-3 Facteurs d'internationalisation</p> <p>5-2-3-4 Processus d'internationalisation</p> <p>5-2-3-5 Risques relatifs à l'internationalisation</p>	<p>d'impartition.</p> <p>5-2-2 Stratégie d'intégration  5-2-2-1 Définition  5-2-2-2 -Intégration verticale (en amont, en aval, filière)  - Intégration horizontale</p> <p>5-2-2-3  La fusion, absorption,  La fusion absorption.  5-2-2-4 Avantages et limites</p> <p>5-2-3 Stratégie d'internationalisation</p> <p>5-2-3-1 Définition</p> <p>5-2-3-2 Raisons de l'internationalisation de l'entreprise  5-2-3-3 Facteurs techniques, politiques, économiques, juridiques, socioculturels</p> <p>5-2-3-4 Modalités d'internationalisation :  exportation, contrats de partenariat, investissement directs à l'étranger.  5-2-3-5 Cadres juridiques différents, nouvelles pratiques d'affaires, risques politiques économiques et/ou financiers  <b>NB : Traiter les stratégies de domination par les coûts et de différenciation en prenant en considération qu'elles sont menées indépendamment des choix stratégiques.</b></p>	<p>5-2-2 Stratégie d'intégration  5-2-2-1 Définition  5-2-2-2 -Intégration verticale (en amont, en aval, filière)  - Intégration horizontale</p> <p>5-2-2-3  La fusion, absorption,  La fusion absorption.  5-2-2-4 Avantages et limites</p> <p>5-2-3 Stratégie d'internationalisation</p> <p>5-2-3-1 Définition</p> <p>5-2-3-2 Raisons de l'internationalisation de l'entreprise  5-2-3-3 Facteurs techniques, politiques, économiques, juridiques, socioculturels</p> <p>5-2-3-4 Modalités d'internationalisation :  exportation, contrats de partenariat, investissement directs à l'étranger.  5-2-3-5 Cadres juridiques différents, nouvelles pratiques d'affaires, risques politiques économiques et/ou financiers.  <b>NB : Traiter les stratégies de domination par les coûts et de différenciation en prenant en considération qu'elles sont menées indépendamment des choix stratégiques.</b></p>
--	--	---

<p><b>6- La stratégie de croissance</b></p> <p>6-1 Définition de la croissance</p> <p>6-2 Objectifs de la croissance</p> <p>6-2-1 En termes de coût</p> <p>6-2-2 En termes d'efficacité</p> <p>6-3 Les modes de croissance</p> <p>6-3-1 La croissance interne</p> <p>6-3-1-1 Définition</p> <p>6-3-1-2 Avantages</p> <p>6-3-1-3 Limites</p> <p>6-3-2 La croissance externe</p> <p>6-3-2-1 Définition</p> <p>6-3-2-2 Avantages</p> <p>6-3-2-3 Limites</p> <p>6-4 La concentration des entreprises</p> <p>6-4-1 Définition</p> <p>6-4-2 Causes de la concentration</p> <p>6-4-3 Formes de la concentration</p> <p>6-4-3-1 Horizontale</p> <p>6-4-3-2 Verticale</p> <p>6-4-3-3 Conglomérale</p> <p>6-4-4 Conséquences de la concentration</p> <p>6-4-4-1 Economiques</p> <p>6-4-4-2 Sociales</p>	<p>6-1 Définition de la croissance</p> <p>6-2 Objectifs de la croissance</p> <p>6-2-1 Les économies d'échelle</p> <p>6-2-2 Effets d'expérience, taille critique, pouvoir de négociation, les effets de synergie...</p> <p>6-3 Les modes de croissance</p> <p>6-3-1-1 Définition et modalités</p> <p>6-3-1-2 Avantages</p> <p>6-3-1-3 Limites</p> <p>6-3-2-1 Définition et modalités</p> <p>Les modalités juridiques (prise de participation, fusion, absorption, fusion absorption, apport partiel d'actif, contrat de partenariat)</p> <p>Les modalités financières (OPA, OPE, OPV, ramassage boursier)</p> <p>6-3-2-2 Avantages</p> <p>6-3-2-3 Limites</p> <p>6-4-1 Concentration par secteur d'activité et/ou branche</p> <p>6-4-2 Causes externes et causes internes</p> <p>6-4-3-1 et 6-4-3-2 Définition</p> <p>6-4-3-3 Définition : Notion de Holding</p> <p>6-4-4-1 Conséquences positives et négatives</p> <p>6-4-4-2 Conséquences positives et</p>	<p>6-1 Définition de la croissance</p> <p>6-2 Objectifs de la croissance</p> <p>6-2-1 Les économies d'échelle</p> <p>6-2-2 Effets d'expérience, taille critique, pouvoir de négociation, les effets de synergie...</p> <p>6-3 Les modes de croissance</p> <p>6-3-1-1 Définition et modalités</p> <p>6-3-1-2 Avantages</p> <p>6-3-1-3 Limites</p> <p>6-3-2-1 Définition et modalités</p> <p>Les modalités juridiques (prise de participation, fusion, absorption, fusion absorption, apport partiel d'actif, contrat de partenariat)</p> <p>Les modalités financières (OPA, OPE, OPV, ramassage boursier)</p> <p>6-3-2-2 Avantages</p> <p>6-3-2-3 Limites</p> <p>6-4-1 Concentration par secteur d'activité et/ou branche</p> <p>6-4-2 Causes externes et causes internes</p> <p>6-4-3-1 et 6-4-3-2 Définition</p> <p>6-4-3-3 Définition : Notion de Holding</p>
---	---	---

négatives


6<sup>ème</sup> PARTIE : LA GESTION DES RESSOURCES HUMAINES

الإطار المرجعية للامتحان الموحد الوطني لنيل شهادة البكالوريا - 2014 -  
الإطار المرجعي لاختبار مادة الاقتصاد والتنظيم الإداري للمقاولات - شعبة علوم الاقتصاد والتدبير : مسلك علوم التدبير المحاسباتي  
مديرية التقويم وتنظيم الحياة المدرسية والتكوينات المشتركة بين الأكاديميات- المركز الوطني للتقويم و الامتحانات والتوجيه  
الهاتف-52/0537.71.44.53 -الفاكس : 0537.71.44.09 البريد الالكتروني : [cneebac@gmail.com](mailto:cneebac@gmail.com)

Contenus	Recommandations et Précisions	Éléments du programme faisant l'objet d'évaluation en examen national
<b>1- Les enjeux de la GRH</b> 1-1- Les changements technologiques 1-2- Les changements économiques et sociaux 1-3- Les changements sociologiques	1-1, 1-2 et 1-3 Principaux traits distinctifs.	
<b>2- Les domaines de la GRH</b> 2-1 La gestion du personnel 2-2 Les relations sociales 2-3 La formation 2-4 La communication 2-5 La rémunération 2-6 Les motivations du personnel	2-1 à 2-6 Définitions.	2-1 à 2-6 Définitions.
<b>3- Les relations humaines dans l'entreprise</b> 3-1 Les facteurs traditionnels de la motivation 3-1-1 Facteurs personnels 3-1-2 Facteurs professionnels 3-1-3 Facteurs relationnels 3-2- Analyses théoriques de la relation entre l'homme et le travail 3-2-1 Les auteurs classiques (Fayol et Taylor) 3-2-2 Le mouvement des relations humaines (E. Mayo) 3-2-3 La pyramide des besoins de Maslow 3-2-4 Les facteurs de motivation selon Herzberg 3-2-5 L'organisation participative (Likert) 3-3 Les styles de commandement	3-1 Les facteurs traditionnels de la motivation 3-1-1 à 3-1-3 Définitions. 3-2- Analyses théoriques de la relation entre l'homme et le travail 3-2-1 à 3-2-5 Définitions et principaux traits distinctifs. 3-3 Les styles de commandement	3-1 Les facteurs traditionnels de la motivation 3-1-1 à 3-1-3 Définitions. 3-3 Les styles de commandement

<p>3-3-1- Autoritaire 3-3-2- Paternaliste 3-3-3- Démocratique 3-3-4- Participatif</p> <p>3-4 La communication interne 3-4-1 La communication interne 3-4-1-1- Rôle informatif 3-4-1-2- Rôle social 3-4-2- Les instances de représentation du personnel</p> <p>3-4-3- Les conflits et négociations 3-4-3-1- Les types de conflits</p> <p>3-4-3-2- Le mode de résolution</p>	<p>3-3-1 à 3-3-4 Définitions et principaux traits distinctifs.</p> <p>3-4 La communication interne 3-4-1 Définition et moyens ; 3-4-1-1- Rôle informatif 3-4-1-2- Rôle social 3-4-2 - Les instances de représentation du personnel : Types, rôles et composition.</p> <p>3-4-3 Définition des conflits et négociation 3-4-3-1 Conflits individuels ( moyens d'action) Conflits collectifs ( moyens d'action) 3-4-3-2 Modes de résolution des conflits individuels ; Modes de résolution des conflits collectifs. Se limiter aux modes de résolution suivants : négociation, conciliation, arbitrage, médiation.</p>	<p>3-3-1 à 3-3-4 Définitions et principaux traits distinctifs.</p> <p>3-4 La communication interne 3-4-1 Définition et moyens ; 3-4-1-1- Rôle informatif 3-4-1-2- Rôle social 3-4-2 - Les instances de représentation du personnel : Types, rôles et composition.</p> <p>3-4-3 Définition des conflits et négociation 3-4-3-1 Conflits individuels ( moyens d'action) Conflits collectifs ( moyens d'action) 3-4-3-2 Modes de résolution des conflits individuels ; Modes de résolution des conflits collectifs. Se limiter aux modes de résolution suivants : négociation, conciliation, arbitrage, médiation.</p>
--	---	---

<p><b>4- <u>La gestion prévisionnelle de l'emploi (la GPE)</u></b></p> <p>4-1-La détermination des besoins en personnel</p> <p>4-2- Les moyens de recrutement</p> <p>    4-2-1- Les annonces</p> <p>    4-2-2- Les salons</p> <p>    4-2-3- Les candidatures spontanées</p> <p>    4-2-4- Les stages et travaux intérimaires</p> <p>    4-2-5- Les recommandations</p> <p>    4-2-6- Le recrutement par Internet</p> <p>4-3- Les étapes du recrutement</p> <p>    4-3-1- La détermination des besoins</p> <p>        4-3-1-1- Les profils de poste</p> <p>        4-3-1-2- Le marché du travail</p> <p>    4-3-2- Le recueil des candidatures</p> <p>    4-3-3- Les méthodes de sélection</p> <p>        4-3-3-1- CV</p> <p>        4-3-3-2- Tests psychotechniques</p> <p>        4-3-3-3- Essais professionnels</p>	<p>4-1 La détermination des besoins en personnel</p> <p>Rôle de la GPE dans la détermination des besoins en personnel à travers un exemple chiffré simple.</p> <p><b>N.B. Traiter les deux modes de recrutement : interne et externe.</b></p> <p>4-2- Les moyens de recrutement</p> <p>4-2-1 à 4-2-6</p> <p>Définitions</p> <p>4-3- Les étapes du recrutement</p> <p>4-3-1- La détermination des besoins</p> <p>4-3-1-1 Les profils de poste</p> <p>Définitions et tracé de profil de poste à partir d'un ou deux exemples.</p> <p>4-3-1-2 Définition du marché du travail.</p> <p>4-3-2 Définition.</p> <p>4-3-3- Les méthodes de sélection</p> <p>    4-3-3-1 Définition</p> <p>Analyse de CV à partir d'un ou 2 exemples.</p> <p>    4-3-3-2 à 4-3-3-5 Définitions.</p>	<p>4-1 La détermination des besoins en personnel</p> <p>Rôle de la GPE dans la détermination des besoins en personnel à travers un exemple chiffré simple.</p> <p><b>N.B. Traiter les deux modes de recrutement : interne et externe.</b></p> <p>4-2- Les moyens de recrutement</p> <p>4-2-1 à 4-2-6</p> <p>Définitions</p> <p>4-3- Les étapes du recrutement</p> <p>4-3-1- La détermination des besoins</p> <p>4-3-1-1 Les profils de poste</p> <p>Définitions et tracé de profil de poste à partir d'un ou deux exemples..</p> <p>4-3-1-2 Définition du marché de travail</p> <p>4-3-2 Définition.</p> <p>4-3-3- Les méthodes de sélection</p> <p>4-3-3-1 Définition</p> <p>Analyse de CV à partir d'un ou 2 exemples.</p> <p>4-3-3-2 à 4-3-3-5 Définitions.</p>
---	--	--

<p>4-3-3-4- Attestations de travail 4-3-3-5- Entretien d'embauche 4-3-4- La phase d'intégration 4-3-4-1- L'accueil 4-3-4-2- Les formalités administratives</p> <p>4-4- La formation 4-4-1 Les objectifs de la formation 4-4-1-1- L'objectif économique pour l'entreprise 4-4-1-2- L'objectif personnel pour les individus 4-4-2- Le plan de formation 4-4-3- Les modalités de la formation 4-4-3-1- La formation initiale 4-4-3-2- La formation continue 4-4-4- La réalisation des actes de formation 4-4-4-1- La formation interne 4-4-4-2- La formation externe</p> <p><b>5- Le plan social</b> 5-1- La préretraite 5-2- Le licenciement économique 5-3- Le temps aménagé</p>	<p>4-3-4- La phase d'intégration 4-3-4-1 et 4-3-4-2 Définitions 4-4- La formation (Définition) 4-4-1-1 Principaux objectifs économiques pour l'entreprise. 4-4-1-2 Principaux objectifs pour le personnel 4-4-2 Le plan de formation Définition ; Etapes ; Schéma de synthèse. 4-4-3- Les modalités de la formation 4-4-3-1 et 4-4-3-2 Définition. Formation initiale, continue et en alternance 4-4-4- mode de réalisation de la formation continue 4-4-4-1 et 4-4-4-2 Définition et appréciation. 5-1 et 5-2 Définition ; Motifs ; Conséquences. 5-3 Définition ; Motifs ; Types (aménagement de la journée de travail, aménagement de la semaine de travail et aménagement de l'année de travail). Conséquences.</p>	<p>4-3-4- La phase d'intégration 4-3-4-1 et 4-3-4-2 Définitions 4-4- La formation (Définition) 4-4-1-1 Principaux objectifs pour l'entreprise. 4-4-1-2 Principaux objectifs pour le personnel 4-4-2 Le plan de formation Définition ; Etapes ; Schéma de synthèse. 4-4-3- Les modalités de la formation 4-4-3-1 et 4-4-3-2 Définition. Formation initiale, continue et en alternance 4-4-4- mode de réalisation de la formation continue 4-4-4-1 et 4-4-4-2 Définition et appréciation.</p> 
---	---	--

--	--	--

الإطار المرجعية للامتحان الموحد الوطني لنيل شهادة البكالوريا - 2014 -  
الإطار المرجعي لاختبار مادة الاقتصاد والتنظيم الإداري للمقاولات - شعبة علوم الاقتصاد والتدبير : مسلك علوم التدبير المحاسباتي  
مديرية التقويم وتنظيم الحياة المدرسية والتكوينات المشتركة بين الأكاديميات- المركز الوطني للتقويم و الامتحانات والتوجيه  
الهاتف-52/ 0537.71.44.53 -الفاكس : 0537.71.44.09 البريد الالكتروني : [cneebac@gmail.com](mailto:cneebac@gmail.com)


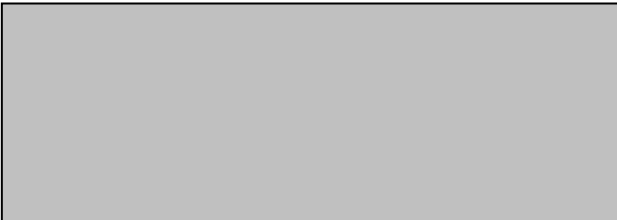



<p><b>6- La gestion des carrières</b>  6-1- L'entretien annuel d'évaluation  6-2- Le bilan des compétences</p> <p><b>7- La gestion des rémunérations</b>  7-1 La politique de rémunération</p> <p>7-1-1- Les objectifs d'une politique de rémunération  7-1-1-1- Pour l'entreprise  7-1-1-2- Pour l'employé  7-1-2- Contraintes pesant sur la rémunération  7-1-2-1- Juridiques</p> <p>7-1-2-2- Economiques</p> <p>7-1-2-3- Sociales</p> <p>7-2 Les formes de rémunération  7-2-1 Le salaire au temps  7-2-2 Le salaire au rendement  7-2-3 Le salaire à prime</p> <p>7-3 Les formes de la participation  7-3-1 L'intéressement  7-3-2 La participation aux résultats de l'entreprise  7-3-3 Le plan d'épargne entreprise</p>	<p>6-1 et 6-2  Définition ; Intérêt.</p> <p>7-1 La politique de rémunération  Définition de la rémunération. Evoquer rémunération fixe et rémunération variable</p> <p>7-1-1-1- Principaux objectifs pour l'entreprise.  7-1-1-2- Principaux objectifs pour l'employé.</p> <p>7-1-2-1  SMIG et SMAG, égalité des sexes, négociation périodique, ...  7-1-2-2  Situation du marché de travail, concurrence, ressources et performances de l'entreprise.</p> <p>7-1-2-3  Les charges sociales de l'entreprise  Définition sans calcul.</p> <p>7-2 Les formes de rémunération  7-2-1 à 7-2-3  Principe ;Appréciation.</p> <p>7-3-1 à 7-3-4  Définitions ;  Intérêts.</p>	<p>6-1 et 6-2  Définition ; Intérêt.</p> <p>7-1 La politique de rémunération  Définition de la rémunération. Evoquer rémunération fixe et rémunération variable</p> <p>7-1-1-1- Principaux objectifs pour l'entreprise.  7-1-1-2- Principaux objectifs pour l'employé.</p> <p>7-1-2-1  SMIG et SMAG, égalité des sexes, négociation périodique, ...  7-1-2-2  Situation du marché de travail, concurrence, ressources et performances de l'entreprise.</p> <p>7-1-2-3  Les charges sociales de l'entreprise  Définition sans calcul.</p> <p>7-2 Les formes de rémunération  7-2-1 à 7-2-3  Principe ;Appréciation.</p> <p>7-3-1 à 7-3-4  Définitions ;  Intérêts.</p>
---	---	---


7<sup>ème</sup> PARTIE : REALISATION D'UN PROJET

Contenus	Recommandations et Précisions	Eléments du programme faisant l'objet d'évaluation en examen national
----------	-------------------------------	---

7-3-4 Les stocks options		
--------------------------	--	--

<p><b>1-phase de définition des grandes lignes</b>  1-1 Objectifs  1-2 Contraintes</p> <p>1-3 Equipe de travail  1-3-1- Caractéristiques</p> <p>1-3-2- problèmes</p>	<p>1- Définition d'un projet ;  1-1 Définition  1-2  Contraintes de temps ;  Contraintes d'organisation ;  Contraintes de moyens humains ;  Contraintes de moyens matériels ;  Contraintes de moyens financiers ;  Contraintes de l'environnement juridique ;  Contraintes de l'environnement économique ;  Contraintes de l'environnement socio culturel.</p> <p>1-3-1  Composition de l'équipe ;  Étapes de management de l'équipe de travail  (L'observation, la cohésion, la différenciation,  l'organisation et la production)</p> <p>1-3-2  Rareté de compétences ;  Défaillance de la coordination ;  Insuffisances des moyens financiers ;  Insuffisances des moyens techniques ;  Insuffisances des moyens logistiques.</p>	
<p><b>2-phase de conception du projet</b>  2-1- découpage en phases</p> <p>2-2- Précision de la démarche du travail administratif</p>	<p>2-1  Intérêt du découpage ;  Phases de conception (phase préparatoire,  phase de réalisation et phase de fin de projet)</p> <p>2-2  Démarche administrative interne ;  Démarche administrative externe ;</p>	
<p><b>3- Suivi et contrôle de la réalisation du projet</b></p>	<p>3-1</p>	

الأطر المرجعية للامتحان الموحد الوطني لنيل شهادة البكالوريا - 2014 -  
لاختبار مادة الاقتصاد والتنظيم الإداري للمقاولات - شعبة علوم الاقتصاد والتدبير : مسلك علوم التدبير المحاسباتي  
يتم وتنظيم الحياة المدرسية والتكوينات المشتركة بين الأكاديميات- المركز الوطني للتقويم والامتحانات والتوجيه

<p>3-1- Ordonnancement des phases</p> <p>3-2- Coordination des actions</p> <p>3-3- Affectation des moyens</p> <p>3-4- Calcul des coûts</p> <p>3-5- Contrôle de la réalisation</p> <p>3-6- Evaluation</p>	<p>Importance de l'ordonnancement ; Outils de l'ordonnancement (rappel de la définition du diagramme de Gantt et de PERT). 3-2 Principales actions (Réglage du rythme des équipes, alimentation en ressources humaines et financières nécessaires, communication sur l'avancement). 3-3 Définition ; Critères d'une allocation optimale des ressources. 3-4 Définition ; Types de coûts d'un projet (de structure, variable). 3-5 Intérêt ; Liste de contrôle ; Ajustements nécessaires. 3-6 Intérêt ; Types d'évaluation (globale, analytique). Rapport d'évaluation (Définition et rédaction d'un rapport succinct).</p>	
<p><b>4- Cas pratiques</b></p> <p>4-1- Organisation d'un voyage</p> <p>4-2- Organisation des journées portes ouvertes</p> <p>4-3- Organisation d'un séminaire</p>	<p>4-1 à 4-3 Principales composantes de la phase de préparation ; Principales composantes de la phase de réalisation ; Principales composantes de la phase d'évaluation. <b>NB</b> : La rédaction des documents de communication interne ou externe n'est pas exigée.</p>	

## **II – Tableau de spécification des contenus :**

<b>Parties du programme</b>	<b>Masses horaires</b>		<b>Barème approximatif</b>
	<b>Nombre d'heures</b>	<b>En %</b>	
<b>1° partie : L'organisation de l'approvisionnement</b>	<b>10 H</b>	<b>10%</b>	<b>02 points</b>
<b>2° partie : L'organisation de la production</b>	<b>12 H</b>	<b>11%</b>	<b>02 points</b>
<b>3° partie : La fonction financière</b>	<b>12 H</b>	<b>11%</b>	<b>02 points</b>
<b>4° partie : La mercatique</b>	<b>16 H</b>	<b>15%</b>	<b>03 points</b>
<b>5° partie : La stratégie et la croissance</b>	<b>33 H</b>	<b>31%</b>	<b>06 points</b>
<b>6° partie : La gestion des ressources humaines</b>	<b>24 H</b>	<b>22%</b>	<b>05 points</b>
<b>Total :</b>	<b>107 H</b>	<b>100%</b>	<b>20 points</b>

الإطار المرجعية لامتحان الموحد الوطني لنيل شهادة البكالوريا - 2014 -  
 الإطار المرجعي لاختبار مادة الاقتصاد والتنظيم الإداري للمقاولات - شعبة علوم الاقتصاد والتدبير : مسلك علوم التدبير المحاسباتي  
 مديرية التقويم وتنظيم الحياة المدرسية والتكوينات المشتركة بين الأكاديميات- المركز الوطني للتقويم و الامتحانات والتوجيه  
 الهاتف/52/0537.71.44.53 -الفاكس : 0537.71.44.09 البريد الإلكتروني : [cneebac@gmail.com](mailto:cneebac@gmail.com)

*N.B. : Une marge de tolérance d'un point est acceptable entre les différentes parties*

### **III – Tableau de spécification des objectifs et des compétences :**

<b>Objectifs et compétences</b>	<b>Barème approximatif</b>
<b>Compréhension</b>	<b>07,50 points</b>
<b>Application</b>	<b>04 points</b>
<b>Analyse</b>	<b>05 points</b>
<b>Synthèse argumentée</b>	<b>03 points</b>
<b>Présentation de la copie</b>	<b>00,50 point</b>
<b>Total :</b>	<b>20 points</b>

### **IV- Présentation du sujet :**

- 1- Le sujet portera sur l'étude de cas d'une ou plusieurs entreprises marocaines et/ou internationales ;
- 2- Le sujet se présentera sous forme de plusieurs dossiers ;

الإطار المرجعية للامتحان الموحد الوطني لنيل شهادة البكالوريا - 2014 -  
الإطار المرجعي لاختبار مادة الاقتصاد والتنظيم الإداري للمقاولات - شعبة علوم الاقتصاد والتدبير : مسلك علوم التدبير المحاسباتي  
مديرية التقويم وتنظيم الحياة المدرسية والتكوينات المشتركة بين الأكاديميات- المركز الوطني للتقويم و الامتحانات والتوجيه  
الهاتف-52/0537.71.44.53 -الفاكس : 0537.71.44.09 البريد الإلكتروني : [cneebac@gmail.com](mailto:cneebac@gmail.com)

3- Chaque dossier comportera :

- les éléments du dossier ;
- les travaux à faire.

**N.B.**

- **Les travaux à faire devraient respectés les objectifs et compétences pédagogiques (tableau III) ; Aussi, lorsque le sujet comporte plusieurs dossiers, seul un dossier devrait faire l'objet d'une synthèse argumentée.**

- 4- Chaque dossier doit contenir un barème relatif aux travaux à faire. Un barème global des différents dossiers du sujet est fourni afin de donner à l'élève la structure générale de la notation du sujet.
- 5- Chaque dossier doit comporter des supports clairs, simples et variés (textes, tableaux statistiques, graphiques, ...)
- 6- Les travaux à faire peuvent se présenter sous forme de questions fermées (questions à choix multiples, texte lacunaire, questions dichotomiques,....)

## **V- 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- Le correcteur doit éviter la double sanction : noter la lecture, l'interprétation et le commentaire corrects sur la base d'un résultat faux et la démarche correcte sur la base d'éléments de calcul faux.
- 7- Le correcteur doit noter 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 :

- Éviter les ratures et surcharges ;
- Aérer le texte (marges, interlignes) ;
- Numéroté les réponses ;

- *Encadrer les résultats ;*
- *Utiliser la règle pour le traçage des tableaux et graphiques.*