

# TABLE DES MATIÈRES

<b>E5</b>	<b>ANALYSE ET CONDUITE DE LA RELATION COMMERCIALE .....</b>	<b>9</b>
	Présentation de l'épreuve .....	10
	Conseils méthodologiques .....	11
<b>Thème 1</b>	<b>La relation commerciale et son contexte .....</b>	<b>12</b>
	1. La relation commerciale.....	13
	2. L'unité commerciale physique .....	15
	3. La vente à distance et les unités commerciales virtuelles.....	18
<b>Thème 2</b>	<b>La relation commerciale et le marché .....</b>	<b>20</b>
	4. La clientèle de l'unité commerciale.....	21
	5. Le comportement des clients de l'unité commerciale .....	23
	6. La concurrence.....	25
	7. Les partenaires institutionnels.....	27
<b>Thème 3</b>	<b>La relation commerciale et la mercatique opérationnelle de l'unité commerciale .....</b>	<b>29</b>
	8. La vente, la négociation et la relation de service.....	30
	9. La gestion de l'offre.....	33
	10. Le prix et les conditions commerciales.....	35
	11. La mise en valeur de l'offre de produits et de services .....	38
	12. La communication locale.....	41
	13. La mercatique après-vente .....	43
<b>Thème 4</b>	<b>Le contexte organisationnel de la relation commerciale.....</b>	<b>45</b>
	14. L'organisation managériale et les ressources humaines.....	46
	15. L'agencement de l'unité commerciale.....	48
	16. Les achats et les approvisionnements .....	50
	17. La gestion des risques.....	52
<b>Thème 5</b>	<b>L'évaluation des performances .....</b>	<b>54</b>
	18. L'évaluation des performances de l'unité commerciale .....	55
	<b>Corrigés.....</b>	<b>57</b>
<b>E6</b>	<b>PROJET DE DÉVELOPPEMENT DE L'UNITÉ COMMERCIALE .....</b>	<b>63</b>
	Présentation de l'épreuve .....	64
	Conseils méthodologiques .....	65
<b>Thème 1</b>	<b>Les bases de la mercatique .....</b>	<b>66</b>
	1. La démarche mercatique.....	67
	2. Le marché : approche générale.....	70
	3. La demande globale .....	73
	4. Les facteurs explicatifs du comportement des consommateurs .....	75
	5. La segmentation de la demande globale.....	77
	6. Le recueil des informations sur la demande .....	79
	7. L'offre.....	81
	8. L'environnement.....	83
	9. L'approche mercatique des produits et des services .....	84
	10. La marque.....	86
	11. L'emballage, le conditionnement et la stylisme .....	88
	12. La qualité des produits et des services.....	89

<b>Thème 2</b>	<b>La mercatique des réseaux d'unités commerciales.....</b>	<b>91</b>
	13. Les réseaux d'unités commerciales.....	92
	14. Les relations entre producteurs et distributeurs.....	94
	15. La stratégie de développement du réseau.....	96
	16. La stratégie d'offre.....	98
	17. La stratégie de prix.....	100
	18. La stratégie de communication.....	102
	19. La stratégie d'achat et de logistique.....	104
	<b>Corrigés.....</b>	<b>106</b>
<b>E4</b>	<b>MANAGEMENT ET GESTION DES UNITÉS COMMERCIALES.....</b>	<b>113</b>
	Présentation de l'épreuve.....	114
	Conseils méthodologiques.....	115
<b>Thème 1</b>	<b>Management des unités commerciales.....</b>	<b>116</b>
	1. La notion d'organisation.....	117
	2. L'individu dans l'organisation.....	119
	3. Le management.....	121
	4. Les missions du manager.....	123
	5. Les outils du manager.....	126
	6. Le droit du travail au sein de l'unité commerciale.....	128
	7. La notion d'équipe commerciale.....	130
	8. La constitution et l'évolution de l'équipe commerciale.....	132
	9. La valorisation du potentiel de l'équipe commerciale.....	135
	10. La rémunération de l'équipe commerciale.....	138
	11. L'organisation du travail de l'équipe.....	140
	12. L'animation de l'équipe commerciale.....	143
	13. Le management de projet.....	145
<b>Thème 2</b>	<b>Gestion des unités commerciales.....</b>	<b>148</b>
	1. Le cycle d'exploitation.....	149
	2. La facturation.....	150
	3. Les opérations de règlement et la trésorerie.....	151
	4. Relations avec les banques.....	152
	5. Les stocks.....	154
	6. L'analyse de l'exploitation.....	156
	7. La notion d'investissements.....	158
	8. Les ressources de financement.....	160
	9. L'équilibre financier.....	163
	10. La rentabilité des investissements.....	165
	11. Les coûts dans l'unité commerciale.....	167
	12. La fixation des prix.....	168
	13. Les méthodes de prévision.....	169
	14. Les budgets.....	170
	15. Tableau de bord et seuil de rentabilité.....	172
	16. Gestion des risques.....	174
	<b>Corrigés.....</b>	<b>175</b>
	<b>INFORMATIQUE COMMERCIALE.....</b>	<b>189</b>
<b>Thème 1</b>	<b>L'information, ressource de l'entreprise.....</b>	<b>190</b>
	1. Information commerciale et veille informationnelle, deux composantes du processus de décision.....	191

<b>Thème 2</b>	<b>L'organisation de l'information.....</b>	<b>194</b>
	2. L'organisation physique et matérielle des données adaptée à l'activité de l'unité commerciale .....	195
<b>Thème 3</b>	<b>Le travail collaboratif .....</b>	<b>198</b>
	3. Mutualiser l'information commerciale et organiser les échanges par la mise en œuvre du travail collaboratif .....	199
<b>Thème 4</b>	<b>L'informatique et la gestion relation client.....</b>	<b>202</b>
	4. Le marketing personnalisé et l'exploitation des données clients.....	203
<b>Thème 5</b>	<b>L'informatique et la gestion de l'offre .....</b>	<b>208</b>
	5. L'élaboration d'une offre adaptée et sa mise en place .....	209
<b>Thème 6</b>	<b>L'informatique liée à la gestion.....</b>	<b>212</b>
	6. Le tableau de bord et le contrôle des performances .....	213
<b>Thème 7</b>	<b>La diffusion de l'information .....</b>	<b>215</b>
	7. L'identité graphique et les modalités de diffusion de l'information .....	216
	<b>Corrigés.....</b>	<b>220</b>
<b>COMMUNICATION.....</b>		<b>225</b>
<b>Thème 1</b>	<b>Introduction à la communication.....</b>	<b>226</b>
	1. Enjeux et formes de la communication.....	227
<b>Thème 2</b>	<b>La communication dans la relation interpersonnelle.....</b>	<b>229</b>
	2. Les acteurs de la communication.....	230
	3. Les relations entre les acteurs .....	232
	4. L'impact de l'environnement social .....	233
	5. L'efficacité relationnelle.....	235
	6. La communication professionnelle : règles et outils.....	236
<b>Thème 3</b>	<b>La communication dans la relation managériale.....</b>	<b>238</b>
	7. Les spécificités de la communication managériale.....	239
	8. La communication et le management de projet.....	241
<b>Thème 4</b>	<b>La communication dans la relation commerciale.....</b>	<b>243</b>
	9. Le diagnostic de la situation de relation commerciale.....	244
	10. Les spécificités de la communication dans la relation commerciale .....	246
	<b>Corrigés.....</b>	<b>248</b>
<b>E3.2 MANAGEMENT DES ENTREPRISES.....</b>		<b>253</b>
	Présentation de l'épreuve .....	254
	Conseils méthodologiques .....	255
	Vision du programme de Management des entreprises en BTS avec références aux mots-clés et théories à maîtriser pour l'examen.....	256
<b>FINALISER ET DÉCIDER.....</b>		<b>258</b>
<b>Thème 1</b>	<b>Entreprendre et diriger .....</b>	<b>259</b>
	1. Logique entrepreneuriale – Logique managériale .....	260
	2. Finalité de l'entreprise et RSE.....	262
	3. Management stratégique – Management opérationnel et Performance .....	263
	4. Le processus décisionnel – Styles de direction et processus décisionnel.....	264
<b>Thème 2</b>	<b>Élaborer une stratégie.....</b>	<b>268</b>
	5. Définir une démarche stratégique .....	269
	6. Établir un diagnostic stratégique .....	270
	7. Les stratégies globales ou <i>Corporate Strategy</i> .....	272

	8. Les stratégies de domaine ou <i>Business Strategy</i> .....	274
	9. Les modalités de développement.....	276
	<b>METTRE EN ŒUVRE LA STRATÉGIE</b> .....	<b>281</b>
<b>Thème 3</b>	<b>Adapter la structure</b> .....	<b>282</b>
	10. Les principales configurations structurelles .....	283
	11. Structures flexibles et dynamique structurelle .....	287
<b>Thème 4</b>	<b>Mobiliser les ressources</b> .....	<b>291</b>
	12. Mobilisation des ressources humaines : GPEC – Motivation.....	292
	13. Optimisation des ressources technologiques et de la connaissance : production, innovation, management des connaissances.....	295
	14. Le financement des activités de l'entreprise.....	299
	<b>Corrigés</b> .....	<b>301</b>
<b>E3.1 ÉCONOMIE</b> .....		<b>305</b>
	Présentation de l'épreuve .....	306
	Conseils méthodologiques .....	307
<b>Thème 1</b>	<b>La coordination des décisions économiques par l'échange</b> .....	<b>308</b>
	1. L'échange sur les marchés.....	309
	2. La dimension internationale de l'échange.....	312
<b>Thème 2</b>	<b>La création de richesses et la croissance économique</b> .....	<b>314</b>
	3. Les finalités de la croissance .....	315
	4. La dynamique de la croissance.....	317
<b>Thème 3</b>	<b>La répartition des richesses</b> .....	<b>319</b>
	5. Les inégalités de revenus et de patrimoine des ménages .....	320
	6. La politique de redistribution.....	322
<b>Thème 4</b>	<b>Le financement des activités économiques</b> .....	<b>323</b>
	7. Les différentes modalités de financement de l'activité économique.....	324
	8. La globalisation financière et l'efficacité du financement international des activités économiques .....	326
<b>Thème 5</b>	<b>La politique économique dans un cadre européen</b> .....	<b>328</b>
	9. L'appréciation de la situation économique .....	329
	10. La mise en œuvre des politiques économiques.....	330
<b>Thème 6</b>	<b>La gouvernance de l'économie</b> .....	<b>332</b>
	11. La régulation du marché mondial de biens et services .....	333
	12. La coopération internationale, une offre de biens publics mondiaux.....	334
	<b>Corrigés</b> .....	<b>336</b>
<b>E3.1 DROIT</b> .....		<b>339</b>
	Présentation de l'épreuve .....	340
	Conseils méthodologiques .....	341
<b>Thème 1</b>	<b>L'individu au travail</b> .....	<b>342</b>
	1. Les régimes juridiques de l'activité professionnelle.....	343
	2. L'adaptation aux évolutions de l'activité professionnelle.....	345
	3. L'adaptation de la relation de travail par le droit négocié .....	348
<b>Thème 2</b>	<b>Les structures et les organisations</b> .....	<b>350</b>
	4. Le choix d'une structure juridique.....	351
	5. La pérennité de l'entreprise .....	352

<b>Thème 3</b>	<b>Le contrat, support de l'activité des entreprises</b> .....	<b>354</b>
	6. Les relations contractuelles entre partenaires privés .....	355
	7. Les relations contractuelles avec la personne publique .....	357
<b>Thème 4</b>	<b>L'immatériel dans les relations économiques</b> .....	<b>359</b>
	8. Le contrat électronique.....	360
	9. Les productions immatérielles .....	363
	10. L'immatériel et la protection de la personne.....	365
<b>Thème 5</b>	<b>L'entreprise face au risque</b> .....	<b>367</b>
	11. Identifier le risque pour protéger .....	368
	12. Anticiper le risque pour éviter sa réalisation .....	369
	13. Assumer le risque.....	371
	<b>Corrigés</b> .....	<b>373</b>
<b>E1</b>	<b>CULTURE GÉNÉRALE ET EXPRESSION</b> .....	<b>379</b>
	Présentation de l'épreuve .....	380
	Conseils méthodologiques .....	381
<b>Thème 1</b>	<b>La synthèse de documents</b> .....	<b>382</b>
	1. Préparation de la synthèse.....	383
	2. Rédaction de la synthèse.....	386
<b>Thème 2</b>	<b>L'écriture personnelle</b> .....	<b>399</b>
	3. Préparation de l'écriture personnelle .....	400
	4. Rédaction de l'écriture personnelle .....	403
	<b>Corrigés</b> .....	<b>406</b>
<b>E2</b>	<b>ANGLAIS</b> .....	<b>415</b>
	Présentation de l'épreuve .....	416
	Conseils méthodologiques .....	417
<b>Thème 1</b>	<b>L'épreuve écrite</b> .....	<b>420</b>
	1. La compréhension écrite .....	421
	2. Le compte rendu.....	425
	3. L'expression écrite.....	426
	4. Expressions et vocabulaire utiles en anglais écrit.....	428
<b>Thème 2</b>	<b>L'épreuve orale</b> .....	<b>431</b>
	5. Parler de son expérience professionnelle .....	432
	6. Simulation de situations de communication professionnelles.....	434
	7. Expressions et vocabulaire utiles pendant l'oral .....	441
	<b>Corrigés</b> .....	<b>445</b>
	<b>ANNALES CORRIGÉES 2015</b> .....	<b>453</b>