

**BTS Management des Unités Commerciales**  
**SESSION 2012**  
**Management et Gestion des Unités Commerciales**

**Coefficient : 4**

**Durée : 5 heures**

Ce sujet comporte 13 pages.



**Espace Culturel Leclerc Rouffiac**

Les centres commerciaux Leclerc ont développé des points de vente spécialisés sous l'enseigne Espace Culturel Leclerc pour les produits culturels. Ces magasins proposent une offre regroupée en trois rayons : «Livres», «CD et DVD» et «Jeux/Consoles».

Pour animer ces points de vente, chaque responsable de rayon peut programmer des événements réguliers comme des mini-concerts, des séances de dédicace ou des expositions.

Le centre commercial Leclerc Rouffiac est situé à Rouffiac-Tolosan, une petite ville de 1 800 habitants située à 10 kilomètres du centre ville de Toulouse. Créé en juillet 1989, son espace culturel a ouvert en 2005.

Implanté à l'entrée du magasin, le rayon «Jeux/Consoles» de l'Espace Culturel Leclerc Rouffiac a essentiellement un rôle d'attraction. Il doit être présent malgré des résultats décevants, en baisse permanente.

L'année 2010 a vu l'ouverture d'un magasin Micromania dans le centre commercial Leclerc Rouffiac. Les performances du rayon «Jeux/Consoles» de l'Espace Culturel Leclerc se sont dégradées du fait de l'apparition de ce concurrent.

**Dossier 1 : Analyse des performances commerciales du rayon «Jeux/Consoles»**

**Dossier 2 : Impact des actions commerciales sur le rayon «Jeux/Consoles»**

**Dossier 3 : Evaluation de l'équipe commerciale du rayon «Jeux/Consoles»**

*NB : Bien qu'inspirées d'un cas réel, pour des raisons de confidentialité et de simplification, les données sont fictives.*

<b>BTS MANAGEMENT DES UNITÉS COMMERCIALES</b>	<b>SESSION 2012</b>
<b>U4 – Management et Gestion de l'Unité Commerciale</b>	<b>Durée : 5 heures</b>
<b>Code sujet : MUMGUC-NC</b>	<b>Page 1 sur 13</b>

**Dossier 1 : Analyse des performances commerciales du rayon «Jeux/Consoles »  
(ANNEXES 1 à 3)**

A la lecture du dernier tableau de classement des rayons «Jeux/Consoles», Monsieur SANRAMOS, directeur de l'Espace Culturel, est inquiet. Pour comprendre la situation, il a besoin d'une analyse des performances commerciales de son rayon par rapport au réseau et par rapport aux objectifs internes. Il souhaite réduire les contre-performances du rayon «Jeux/Consoles» sur l'année à venir.

1.1 Analysez l'activité du rayon «Jeux/Consoles» de l'Espace Culturel de Rouffiac en vous appuyant sur les données fournies par le réseau. Concluez.

1.2 Concevez et complétez un tableau de performances du rayon «Jeux/Consoles» pour la période 2008-2011. Commentez les résultats.

1.3 Appréciez la pertinence de la méthode utilisée par Monsieur SANRAMOS pour calculer le chiffre d'affaires prévisionnel 2012.

**Dossier 2 : Impact des actions commerciales sur le rayon «Jeux/Consoles »  
(ANNEXES 4 à 8)**

Pour modifier la tendance, une première opération promotionnelle est prévue en juin 2012. Pour motiver l'équipe commerciale, l'objectif de chiffre d'affaires pour l'année 2012 est fixé à 320 000 €.

2.1 Mesurez l'impact de l'opération promotionnelle prévue sur les performances du rayon «Jeux/Consoles» pour les mois de juin, juillet et août 2012. Concluez.

L'obsolescence du mobilier commercial rend nécessaire le réaménagement du rayon. Une nouvelle organisation du rayon doit être mise en place à la mi-septembre 2012. Le réaménagement du rayon doit avoir un effet positif sur les performances financières du rayon. Monsieur SANRAMOS vous transmet le planning prévisionnel de la mise en œuvre de cette réorganisation du rayon.

2.2 Calculez la durée minimale du réaménagement. Vous fournirez la représentation graphique de votre choix pour justifier votre résultat.

2.3 Mesurez l'impact des 6 jours de fermeture du rayon sur le chiffre d'affaires et la marge commerciale du mois de septembre.

2.4 Présentez le compte d'exploitation 2012 du rayon en tenant compte de l'impact de l'opération promotionnelle et du réaménagement. Concluez.

<b>BTS MANAGEMENT DES UNITÉS COMMERCIALES</b>	<b>SESSION 2012</b>
<b>U4 – Management et Gestion de l'Unité Commerciale</b>	<b>Durée : 5 heures</b>
<b>Code sujet : MUMGUC-NC</b>	<b>Page 2 sur 13</b>

**Dossier 3 : Evaluation de l'équipe commerciale du rayon « Jeux/Consoles »  
(ANNEXES 9 à 11)**

Monsieur SANRAMOS souhaite impliquer l'équipe commerciale dans le redressement des résultats du rayon «Jeux/Consoles». Dans cette perspective, une réunion d'équipe puis des entretiens individuels avec les employés sont prévus lors du mois de septembre.

3.1 Analysez les résultats de l'enquête client mystère du rayon «Jeux/Consoles» et proposez des axes de progrès pour l'équipe commerciale.

3.2 Préparez l'organisation et rédigez l'ordre du jour de cette réunion.

3.3 Repérez, pour chacun des employés de l'équipe commerciale, les éléments de la grille d'évaluation sur lesquels les entretiens individuels doivent être prioritairement orientés. Justifiez vos choix.

3.4 Rédigez le guide d'entretien à utiliser lors de l'entrevue avec Mlle Taglioni. Vous limiterez à 10 le nombre de questions posées.

**BAREME INDICATIF**

**DOSSIER 1 : 20 points**

**DOSSIER 2 : 30 points**

**DOSSIER 3 : 25 points**

**Forme : 5 points**

---

**TOTAL : 80 points**

<b>BTS MANAGEMENT DES UNITÉS COMMERCIALES</b>	<b>SESSION 2012</b>
<b>U4 – Management et Gestion de l'Unité Commerciale</b>	<b>Durée : 5 heures</b>
<b>Code sujet : MUMGUC-NC</b>	<b>Page 3 sur 13</b>

## LISTE DES ANNEXES

NUMERO	INTITULE	PAGES
1	Classement des Espaces Culturels Leclerc de 800 m <sup>2</sup>	5
2	Données de gestion du rayon «Jeux/Consoles» de l'Espace Culturel Leclerc de Rouffiac	5
3	Prévision du chiffre d'affaires 2012	6
4	Projet d'opération promotionnelle	7
5	Planning de réaménagement du rayon «Jeux/Consoles»	8
6	Données sur le mobilier de réaménagement du rayon «Jeux/Consoles»	9
7	Données d'exploitation pour le rayon «Jeux/Consoles» 2012	10
8	Comptes d'exploitation du rayon «Jeux/Consoles» 2008 – 2011	10
9	Extrait de l'enquête client mystère du rayon «Jeux/Consoles»	11
10	Panorama de l'équipe commerciale du rayon «Jeux/Consoles»	12
11	Grille d'évaluation	13

## ANNEXE 1 : CLASSEMENT DES ESPACES CULTURELS LECLERC DE 800 M<sup>2</sup>

Le tableau ci-dessous présente la situation des Espaces Culturels Leclerc de 800 m<sup>2</sup> dans le classement des 180 Espaces Culturels Leclerc nationaux toutes surfaces confondues (de 400 m<sup>2</sup> à 2 500 m<sup>2</sup>).

ESPACES CULTURELS	DISQUES et DVD				JEUX/CONSOLES			
	Class.	CA 2010	CA 2011	Evol (%)	Class.	CA 2010	CA 2011	Evol (%)
VITRE	73	1 564,80	1 507,85	-3,64	76	1 092,74	1 054,61	-3,49
LUNEVILLE	140	883,34	757,11	-14,29	141	551,16	371,93	-32,52
SAINTES	13	3 487,54	3 344,55	-4,10	23	1 694,74	1 856,76	9,56
CARCASSONNE	77	1 504,48	1 439,64	-4,31	74	1 276,96	1 066,01	-16,52
PLOERMEL	74	1 550,79	1 472,94	-5,02	86	1 082,28	981,63	-9,30
ST PAUL LES DAX	41	2 189,36	2 042,24	-6,72	10	2 650,72	2 260,53	-14,72
SELESTAT	54	1 723,14	1 834,46	6,46	24	1 487,81	1 825,85	22,72
ROCHEFORT	44	2 126,02	2 001,23	-5,87	8	2 723,41	2 370,18	-12,97
DIZY	100	1 191,56	1 202,64	0,93	40	1 616,61	1 529,64	-5,38
ROUFFIAC	<b>78</b>	<b>1 450,74</b>	<b>1 423,04</b>	<b>-1,91</b>	<b>126</b>	<b>604,74</b>	<b>438,01</b>	<b>-27,57</b>
JONZAC	118	595,28	945,54	58,84	99	634,65	840,15	32,38
THOUARS	140	418	749,85	79,39	110	473,47	768,21	62,25
<b>Moyenne</b>		1 557,09	1 560,09	0,19	-	1 324,11	1 280,29	-3,31

Source : Espace Culturel Leclerc

Les chiffres d'affaires sont exprimés en milliers d'euros.

Le classement est réalisé sur les chiffres d'affaires 2011.

## ANNEXE 2 : DONNEES DE GESTION DU RAYON «JEUX/CONSOLES» DE L'ESPACE CULTUREL LECLERC de ROUFFIAC

○ **Données réelles**

	2008	2009	2010	2011
<b>CAHT en milliers d'€</b>	1 050	989	605	438
<b>Marge en milliers d'€</b>	53	145	5	18
<b>Nombre de clients acheteurs</b>	13 462	12 000	8 265	6 489

○ **Données prévisionnelles**

	2008	2009	2010	2011
<b>CA en milliers d'€</b>	900	900	900	600
<b>Objectif de taux de marque</b>	<b>5%</b>			

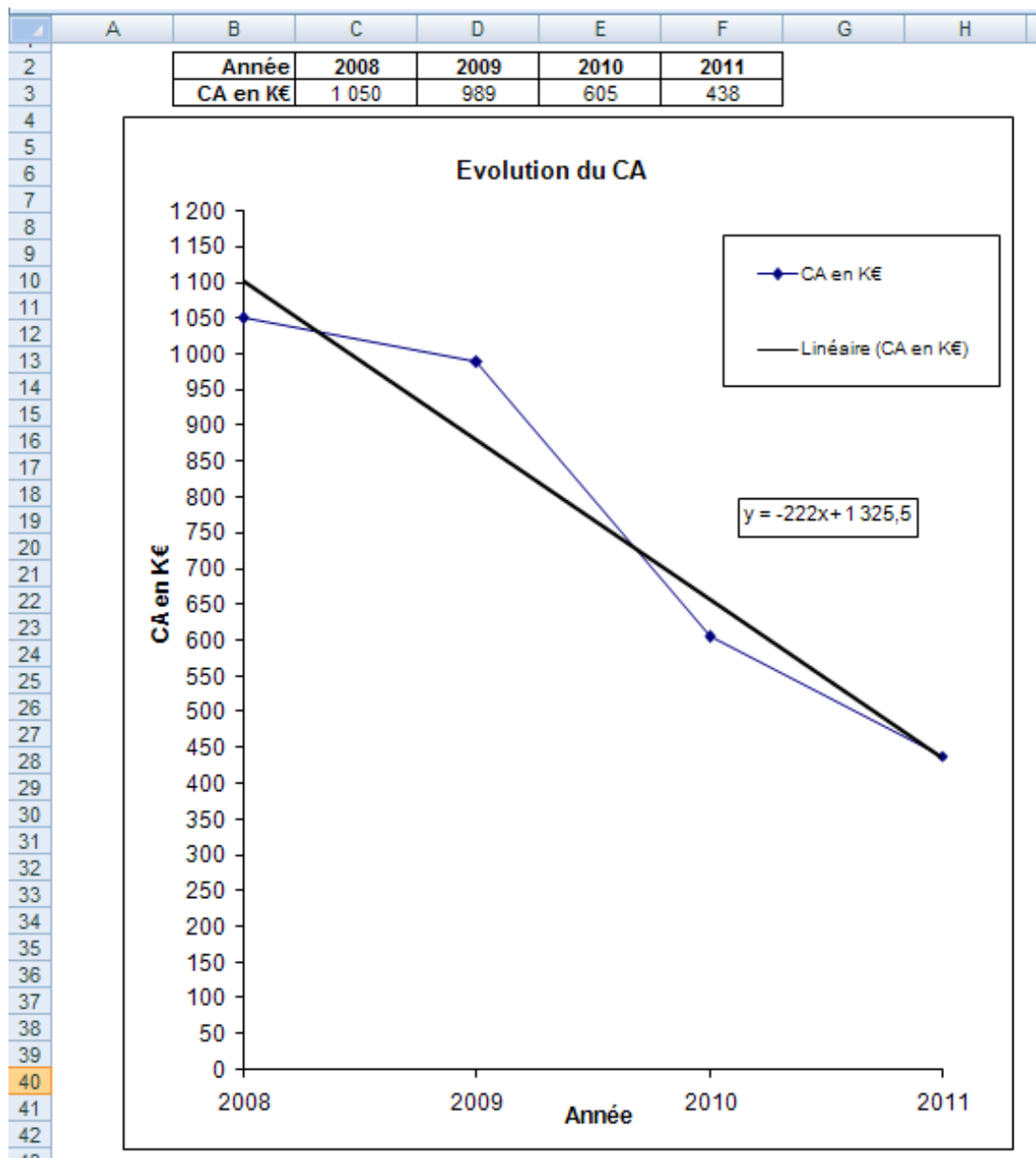
Source : Système d'information commercial interne

<b>BTS MANAGEMENT DES UNITÉS COMMERCIALES</b>	<b>SESSION 2012</b>
<b>U4 – Management et Gestion de l'Unité Commerciale</b>	<b>Durée : 5 heures</b>
<b>Code sujet : MUMGUC-NC</b>	<b>Page 5 sur 13</b>

### ANNEXE 3 : PREVISION DU CHIFFRE D'AFFAIRES 2012

Monsieur SANRAMOS a intégré certaines données du système d'information commercial dans une feuille de calcul de son tableur afin de déterminer le chiffre d'affaires prévisionnel 2012. Il a utilisé les fonctionnalités permettant d'obtenir l'équation de la droite d'ajustement par la méthode des moindres carrés :

$$y = -222x + 1\,325,5$$



Chiffre d'affaires prévisionnel 2012 (5<sup>ème</sup> année de la série)

$$y = -222(5) + 1\,325,5 = 215,5 \text{ soit } 215\,500 \text{ euros}$$

## ANNEXE 4 : PROJET D'OPERATION PROMOTIONNELLE

Le chiffre d'affaires prévisionnel 2012 est évalué à 320 000 € hors opérations promotionnelles et réaménagement de rayon.

Le taux de marque prévu est de 5%.

### ○ **Projet d'animation pour le rayon «Jeux/Consoles» en juin 2012**

En juin 2012, M. SANRAMOS envisage une animation qui s'inscrit dans le calendrier de communication nationale : l'organisation d'un concours dans la zone *gaming* du magasin (zone de démonstration des consoles de jeux) sur le jeu qui a réalisé les meilleures ventes en France.

### ○ **Impact attendu de l'opération promotionnelle de juin 2012**

⇒ doublement du chiffre d'affaires prévisionnel du mois de juin ;

⇒ hausse de 50 % du chiffre d'affaires prévisionnel de juillet ;

⇒ hausse de 25 % du chiffre d'affaires prévisionnel d'août.

### ○ **Coefficients saisonniers établis sur la base des chiffres d'affaires mensuels des années 2008 à 2011**

Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.	Total
9%	4%	4%	4%	4%	7%	6%	8%	4%	5%	5%	40%	100%

**ANNEXE 5 : PLANNING DE REAMENAGEMENT DU RAYON «JEUX/CONSOLES»**

Pour l'optimisation de l'opération de réaménagement, la succession des tâches se réalise toujours au plus tôt, c'est-à-dire que la fin d'une tâche antérieure enclenche le début de la tâche suivante.

Les opérations de réaménagement commencent le 1<sup>er</sup> Septembre 2012.  
Le mois de septembre 2012 compte 25 jours ouvrés.

Tâche	Nature tâche	Durée (jours)	Rayon fermé	Tâches antérieures
<b>A</b>	Inventaire stock «Jeux/Consoles» en réserve	1	Non	-
<b>B</b>	Inventaire stock «Jeux/Consoles» en rayon	1	Non	-
<b>C</b>	Elaboration plan merchandisage «Jeux/Consoles»	2	Non	A, B
<b>D</b>	Commande produits manquants	1	Non	C
<b>E</b>	Réception mobilier en réserve	1	Non	-
<b>F</b>	Mise en réserve de l'ensemble des produits du rayon	1	Oui	B
<b>G</b>	Réception des produits commandés	1	Oui	D
<b>H</b>	Démontage anciens linéaires en magasin	2	Oui	F
<b>I</b>	Montage nouveaux linéaires en magasin	1	Oui	E, H
<b>J</b>	Etiquetage prix en réserve	1	Oui	F, G
<b>K</b>	Pose antivols en réserve	1	Oui	J
<b>L</b>	Affichage prix en magasin	1	Oui	I
<b>M</b>	Mise en rayon des produits en magasin	1	Oui	L
<b>N</b>	Ouverture rayon clients	1	Non	K, M



**ANNEXE 6 : DONNEES SUR LE MOBILIER DE REAMENAGEMENT  
DU RAYON « JEUX/CONSOLES »**

○ **Extrait du devis du fournisseur Kider :**



6 Rue des Charrons  
31700 BLAGNAC  
Tél : 05.61.71.93.40  
Fax : 05.61.30.09.42

Fax : 05 62 74 75 30

N° F10-371-A1

Objet : **DEVIS - BON DE COMMANDE**

Monsieur,

Pour faire suite à votre demande, nous vous prions de trouver notre meilleure offre concernant:

<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>MATERIEL POUR REMODLING</b></li> </ul>	<b>TOTAL HT Départ Usine</b>	<b>7 542,18 €</b>
Certaines couleurs d'équipements seront à contrôler sur site avant de lancer en fabrication .		
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>MENUISERIE - ACCUEIL (sans portillon)</b></li> </ul>	<b>TOTAL HT Départ Usine</b>	<b>7 895,14 €</b>
Selon plan déjà fournis, et perspectives ci-joint.		
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Joues latérales pour Vitrines sur site</b></li> </ul>	<b>TOTAL HT Départ Usine</b>	<b>137,10 €</b>
Selon matériel livré à l'initial.		

**RECAPITULATIF GENERAL**

<b>TOTAL MATERIEL HT :</b>	15 574,42 € HT
<b>Transports HT :</b>	1 645,00 € HT
<b>MONTAGE* HT :</b>	3 475,00 € HT
<b>TOTAL GENERAL HT RENDU :</b>	20 694,42 € HT
<b>Ramené à</b>	<b>19 200,00 € HT</b>

○ **Données sur le mobilier**

⇒ Durée de vie : 5 ans à partir du 1<sup>er</sup> septembre 2012

⇒ Modalité d'amortissement : linéaire

⇒ Valeur résiduelle : 0 €

Source : Centre Culturel Leclerc

<b>BTS MANAGEMENT DES UNITÉS COMMERCIALES</b>	<b>SESSION 2012</b>
<b>U4 – Management et Gestion de l'Unité Commerciale</b>	<b>Durée : 5 heures</b>
<b>Code sujet : MUMGUC-NC</b>	<b>Page 9 sur 13</b>

**ANNEXE 7 : DONNEES D'EXPLOITATION  
POUR LE RAYON «JEUX/CONSOLES» 2012**

1. Chiffres d'affaires réalisés de janvier à Mai 2012 :

Janvier	Février	Mars	Avril	Mai
28 000	11 500	12 900	11 600	10 400

2. L'opération commerciale du mois de juin doit être prise en compte.

3. Les chiffres d'affaires de septembre à décembre sont établis sur la base d'une prévision annuelle de 320 000 €.

4. Les chiffres d'affaires prévisionnels d'octobre à décembre sont à multiplier par 4 pour tenir compte du réaménagement réalisé en septembre.

**ANNEXE 8 : COMPTES D'EXPLOITATION DU RAYON  
«JEUX/CONSOLES» 2008 - 2011**

Les données sont en milliers d'euros.

**Extrait des comptes d'exploitation du rayon «Jeux/Consoles» :**

	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>
<b>Chiffre d'affaires HT</b>	1 050	989	605	438
<b>Marge commerciale</b>	<b>53</b>	<b>145</b>	<b>5</b>	<b>18</b>
<b>Charges de personnel</b>				
- <b>Employés</b>	22,5	24,5	24,5	24,5
- <b>Assistant manager</b>	25,2	25,2	25,2	25,2
<b>Dotations aux amortissements (1)</b>	2	2	0	0
<b>Dotations aux provisions (2)</b>	2	2	2	2
<b>Charges de communication (3)</b>	0,5	0,5	2	2
<b>Résultat d'exploitation</b>	<b>0,80</b>	<b>90,80</b>	<b>-48,70</b>	<b>-35,70</b>

Source : service comptable

(1) L'ancien mobilier commercial est complètement amorti à partir de 2010.

(2) Dotations aux provisions constituées essentiellement pour faire face aux risques de démarque.

(3) Dépenses du rayon pour sa propre communication locale.

A l'exception des dotations aux amortissements, le montant des charges d'exploitation demeure identique pour 2012.

<b>BTS MANAGEMENT DES UNITÉS COMMERCIALES</b>	<b>SESSION 2012</b>
<b>U4 – Management et Gestion de l'Unité Commerciale</b>	<b>Durée : 5 heures</b>
<b>Code sujet : MUMGUC-NC</b>	<b>Page 10 sur 13</b>

**ANNEXE 9 : EXTRAIT DE L'ENQUETE CLIENT MYSTERE  
DU RAYON «JEUX/CONSOLES»**

<b>CRITERES EVALUES</b>	<b>Oui</b>	<b>Non</b>
<b>LE PERSONNEL</b>	<b>7</b>	<b>3</b>
Y avait-il au moins un vendeur présent à votre arrivée ?	<input checked="" type="checkbox"/>	
Le personnel porte-t-il la tenue préconisée par le magasin ?		<input checked="" type="checkbox"/>
A-t-il une position correcte à son poste de travail ?	<input checked="" type="checkbox"/>	
Le personnel vous a-t-il donné l'impression d'être actif à son poste ?	<input checked="" type="checkbox"/>	
Évite-t-il de discuter avec ses collègues ou les clients de problèmes personnels en présence d'un autre client en attente ?		<input checked="" type="checkbox"/>
Le personnel vous a-t-il donné l'impression d'être souriant, prévenant ?		<input checked="" type="checkbox"/>
Avez-vous pu obtenir des renseignements ou des conseils ?	<input checked="" type="checkbox"/>	
Si le vendeur est déjà occupé avec un autre client, avez-vous été pris en charge avant 5 minutes ?	<input checked="" type="checkbox"/>	
Lors de votre prise en charge, le vendeur vous a-t-il souri et adressé la phrase : "Bonjour Madame, à votre service" ?	<input checked="" type="checkbox"/>	
Le vendeur a-t-il pris le temps de s'occuper de vous ?	<input checked="" type="checkbox"/>	
<b>CONFORT D'ACHAT</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
Les allées sont-elles dégagées ?		<input checked="" type="checkbox"/>
Y a-t-il absence de matériel ou d'accessoire de nettoyage visible ?	<input checked="" type="checkbox"/>	
<b>«JEUX/CONSOLES»</b>	<b>3</b>	<b>2</b>
La présentation des articles donne-t-elle une impression de choix suffisant au rayon «JEUX/CONSOLES» ?	<input checked="" type="checkbox"/>	
Chaque article a-t-il une étiquette prix lisible, propre et en bon état ?		<input checked="" type="checkbox"/>
Les articles sont-ils propres ? (pas de trace de doigt, ni poussière)		<input checked="" type="checkbox"/>
Le matériel de présentation des articles est-il propre et en bon état ?	<input checked="" type="checkbox"/>	
Les produits bénéficiant d'un balisage promotionnel sont-ils présents en rayon ?	<input checked="" type="checkbox"/>	
<b>TOTAL</b>	<b>11</b>	<b>6</b>

**ANNEXE 10 : PANORAMA DE L'EQUIPE COMMERCIALE  
DU RAYON «JEUX/CONSOLES»**

L'équipe du rayon «Jeux/Consoles» est placée sous l'autorité de M. SANRAMOS, responsable de l'Espace Culturel Leclerc.

L'équipe est composée :

- d'un assistant manager ;
- d'une employée commerciale vendeuse à temps plein (Sandrine Taglioni);
- d'un employé commercial vendeur à temps partiel (Fabio Montale).

**Extrait de votre carnet de bord :**

<b>Collaborateurs</b>	<b>Observations faites</b>	<b>Suivis et Conseils</b>
<b>Mlle TAGLIONI Sandrine</b>	Jeune et gentille mais très émotive. Bonne vendeuse, excellente écoute des clients. Retards nombreux. 4 <sup>ème</sup> année d'ancienneté. Consacre trop de temps à la passation des commandes au détriment de la tenue du rayon. Un peu désorganisée dans les activités de merchandising.	Contrôles fréquents de la réalisation de ses objectifs. Micro-objectifs pour la journée (retards, efficacité dans les tâches).
<b>M MONTALE Fabio</b>	6 ans d'ancienneté dans l'entreprise, très fort attachement au magasin. Très bonne connaissance des produits. Goût pour la théâtralisation des produits mais a tendance à bâcler son travail (vitesse et précipitation). Manque parfois de tact avec certains clients : se rend disponible pour les clients « joueurs » et leur consacre beaucoup de temps ; pour les autres, a tendance à écourter l'entretien de vente de manière parfois peu aimable.	Valorisation pour les gondoles réussies. Forte compétence sur les produits et sur les conseils fournis. Contrôle sur le travail réalisé.

## ANNEXE 11 : GRILLE D'EVALUATION

	Note	Tendances ↗ ↘ →
<b>SAVOIR (connaissances)</b>		
<b>1. Assure la mise à disposition des produits</b>		
Connaît les règles de déballage et de contrôle lors de la réception de marchandises		
Connaît les normes merchandising de l'entreprise		
<b>2. Assure la tenue du magasin</b>		
Connaît les règles de rangement des rayons et de la réserve		
<b>3. Contribue à la qualité de la relation client</b>		
Connaît les règles commerciales de l'entreprise		
Connaît les caractéristiques du produit et de l'offre présente		
Connaît les règles d'accueil (SBAM*)		
Connaît les services proposés aux clients (échanges, remboursements)		
<b>SAVOIR- FAIRE (Techniques professionnelles)</b>		
<b>1. Assure la tenue du rayon</b>		
Assure la mise à disposition des produits		
Prépare la mise en rayon		
Range le rayon et la réserve régulièrement		
Veille à la propreté du rayon		
Assure le maintien de l'étiquetage		
Procède à l'étiquetage : changement de prix, rabais		
Implante les produits dans le respect des normes merchandising		
Participe à la mise en place des opérations commerciales, soldes (produits, ILV...)		
<b>2. Contribue à la qualité de la relation client</b>		
Renseigne les clients à leur demande et se rend disponible si nécessaire		
Traite les litiges et les réclamations clients en accord avec le manager		
Réalise tous les types d'encaissements		
<b>3. Contribue aux tâches administratives du magasin</b>		
Contribue à minimiser la démarque inconnue		
Participe à la préparation des inventaires		
Rend compte de l'activité en l'absence du responsable de rayon		
<b>SAVOIR ETRE (attitudes, comportements)</b>		
Accueillant, souriant		
Disponible, à l'écoute		
Respect des collègues		
Esprit d'équipe		
Respect des consignes		
Impliqué dans la réalisation du chiffre d'affaires du magasin		
Réactif, dynamique		

Source : Service RH

\*SBAM (Sourire, Bonjour, Au revoir, Merci)

<b>BTS MANAGEMENT DES UNITÉS COMMERCIALES</b>	<b>SESSION 2012</b>
<b>U4 – Management et Gestion de l'Unité Commerciale</b>	<b>Durée : 5 heures</b>
<b>Code sujet : MUMGUC-NC</b>	<b>Page 13 sur 13</b>