

Le Cahier de Vacances

pour les

**FUTURS
COMMERCIAUX**

**Tous les fondamentaux
en un seul cahier**
IUT / BTS / Reconversion pro

Magalie GARNIER

Enseignante d'économie gestion –
Marketing

Raphaël HAMON

Enseignant d'économie gestion –
Comptabilité et finance

Avec la contribution de

Marie-Hélène DUCHEMIN

Enseignante-chercheuse en marketing
et entrepreneuriat

Jean-Yves NAUDE

Enseignant retraité
d'économie gestion

Philippe JEANNE

Enseignant de négociation – vente

Melissa ROBIL

Enseignante d'anglais

Bréal

by **Studyrama**

Cahiers de Vacances

**Réussissez votre rentrée
en études supérieures !**



Studyrama
Editions

34-38 rue Camille-Pelletan – 92300 Levallois-Perret
Service éditorial : Thomas Beddock, Benjamin Dias Pereira,
Deborah Lopez, Myriam Pasek, Olivia Tricard, Zoé Zhou
Conception graphique : Daphné Alain
Imprimé en France en mars 2026
par Imprimerie de Champagne – 52200 Langres
ISBN : 978-2-7495-5835-6

PRÉSENTATION DU CAHIER DE VACANCES

Que vous vous destiniez à un BTS, un BUT, une licence professionnelle en commerce, ou que vous envisagiez une reconversion dans les métiers du marketing, de la communication ou de la vente, ce cahier de vacances est fait pour vous !

Le commerce est un domaine dynamique et pluridisciplinaire qui exige une compréhension des mécanismes de vente, de gestion et de management, ainsi qu'une bonne maîtrise de l'environnement économique et juridique. Ce cahier vous propose donc des activités variées et ludiques pour vous familiariser avec les notions essentielles du commerce et vous préparer à vos futures études.

Il répondra à vos principales interrogations :

Quels sont les fondamentaux du management et du leadership ?

Comment bâtir une stratégie marketing efficace ?

Quelle est l'utilité des documents comptables ?

Comment analyser les coûts et optimiser la rentabilité d'une activité ?

Comment comprendre les enjeux économiques actuels et leurs impacts sur le commerce ?

Quels sont les grands principes du droit commercial et de la réglementation des entreprises ?

Quelles sont les techniques de vente incontournables ?

Ce cahier est structuré en six grandes thématiques :

- **Management** : finalités de l'entreprise, parties prenantes, diagnostic stratégique et types de stratégie ;
- **Marketing** : fondamentaux du marketing, stratégies et outils digitaux ;
- **Comptabilité et gestion** : documents comptables, calcul des coûts, rentabilité et prix ;
- **Environnement économique** : agents économiques, fonctionnement et rôle du marché, croissance, politiques économiques et limites de l'intervention de l'État ;
- **Environnement juridique** : propriété intellectuelle, formation et exécution du contrat ;
- **Vente** : techniques de négociation et relation client.

L'**anglais**, indispensable dans les métiers du commerce, est intégré de manière transversale à travers des exercices et du vocabulaire clé.

Chaque partie propose des activités de difficulté variable, accessibles à tous. Des quiz en fin de chapitre vous permettront de vérifier vos acquis tout en vous amusant.

Envie de découvrir le monde du commerce autrement ? Ce cahier de vacances est votre allié pour réussir vos études supérieures ou faire évoluer votre carrière.

Sommaire

Présentation du cahier de vacances 3

Management 5

- Finalités de l'entreprise et RSE 6
- Parties prenantes de l'entreprise 7
- Styles de direction et prise de décision 8
- Diagnostic stratégique externe de l'entreprise 9
- Diagnostic stratégique interne de l'entreprise 10
- Analyse swot 11
- Choix stratégiques de l'entreprise 12
- Modalités de la croissance 13
-  Management vocabulary 14
-  Quiz en tongs 14

Marketing 15

- Histoire et définition du marketing 16
- Veille commerciale 17
- Composantes du marché 18
- Comportement du consommateur 19
- Segmentation du marché 20
- Ciblage 21
- Stratégies de ciblage 22
- Démarche de prospection 23
- Choix d'un positionnement marketing 24
- Stratégies concurrentielles 25
- Plan de marchéage (marketing mix) 26
- Marketing digital 27
- Fidélisation de la clientèle 28
-  Marketing vocabulary 29
-  Quiz en tongs 30

Comptabilité et gestion 31

- Objectif de la comptabilité et de la gestion 32
- Documents commerciaux 32
- Factures 33
- Réductions commerciales et financières 34
- Trésorerie et cycle d'exploitation 35
- Bilan comptable 36
- Compte de résultat 37
- Soldes intermédiaires de gestion 38
- Fixation du prix 39
- Coût complet et marge pour une unité commerciale 40
- Variabilité des charges 41
- Seuil de rentabilité 42
-  Accounting vocabulary 43
-  Quiz en tongs 44

**6 thèmes pour aborder
les bases incontournables
de la filière commerce.**

Environnement économique 45

- Agents économiques et leurs interactions 46
- Rôle et fonctionnement du marché 47
- Dysfonctionnements et défaillances de marché 48
- Marchés imparfaits 48
- Croissance économique et ses limites 49
- Politiques économiques et leurs objectifs 50
- Limites des politiques économiques 51
-  Economics vocabulary 52
-  Quiz en tongs 52

Environnement juridique 53

- Notion de contrat 54
- Principe de liberté contractuelle 54
- Conditions de validité du contrat 55
- Exécution du contrat 56
- Libre concurrence 57
- Autorités administratives indépendantes 57
- Droit de la concurrence 58
- Droit de la propriété industrielle 59
-  Legal vocabulary 60
-  Quiz en tongs 60

Vente 61

- Connaître sa cible 62
- Étapes clés d'une vente réussie 63
- Premiers contacts, bonnes impressions 64
- Poser les bonnes questions 65
- Préparer les bons arguments 68
- Traiter les objections 69
- Traiter l'objection prix 71
- Conclure la vente 72
-  Sales vocabulary 73
-  Quiz en tongs 74

Corrigés 75

Pictos utilisés dans le cahier



Quiz de fin de thème



Activité en anglais



MANAGEMENT

Le management est une discipline centrale pour toute organisation. Bien au-delà de la gestion d'équipe, il englobe la prise de décision, l'organisation des ressources et l'élaboration de la stratégie.

Que vous soyez étudiant(e) dans la voie commerciale, salarié(e) en poste ou en reconversion, vous serez amené(e) à analyser l'environnement des entreprises, comprendre leur fonctionnement et anticiper les évolutions du marché. Toute réflexion entrepreneuriale repose sur un préalable essentiel : le diagnostic stratégique. Cet outil permet d'identifier les forces, faiblesses, opportunités et menaces d'une organisation afin d'orienter ses choix. Il contribue fortement à orienter le style de direction, la gestion des parties prenantes et les modalités de croissance.

Le diagnostic stratégique est étudié dans ce cahier de vacances car il joue un rôle fondamental en marketing pour positionner une offre, et en vente pour adapter l'argumentaire en fonction du client et de la concurrence.

Dans cette partie, vous explorerez les concepts clés du management : l'impact des finalités et de la responsabilité sociétale sur la prise de décision, le rôle du diagnostic stratégique dans les choix d'entreprise, ainsi que les effets des différentes stratégies et styles de direction sur la performance.

FINALITÉS DE L'ENTREPRISE ET RSE

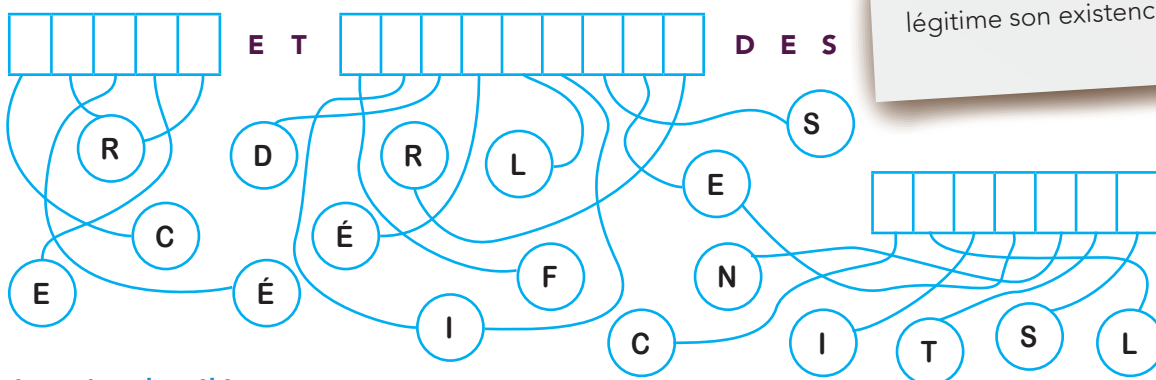
Retrouvez des mots

Selon le théoricien du management **Peter Drucker**, le profit n'est pas la **finalité** première de l'entreprise. Retrouvez quelle est selon lui la première raison d'être de l'entreprise :



Vocabulaire

Finalité : raison d'être de l'entreprise, ou objectif global qui légitime son existence.



Associez des éléments

Les finalités de l'entreprise résultent de la satisfaction des parties prenantes qui interviennent dans son fonctionnement. Reliez chaque type de finalité à l'exemple qui lui correspond :

1) Économique

a) Mettre en place des espaces de repos pour les salariés.

2) Sociale

b) Soutenir financièrement une association locale favorisant le retour à l'emploi.

3) Environnementale

c) Améliorer la productivité en optimisant les processus de fabrication pour accroître les profits.

4) Sociétale

d) Mettre en place une politique zéro déchet en réduisant les emballages plastiques polluants.

Complétez un texte

La mise en œuvre de ses finalités peut déboucher sur la mise en place d'une démarche RSE. Mettez à leur bonne place dans le texte ci-dessous les mots en **bleu** pour compléter la définition de la responsabilité sociétale des entreprises (RSE) :

parties • durable •
économiques • clients •
volontaire • salariés •
sociales

La RSE désigne l'intégration par les entreprises des préoccupations , environnementales et dans leurs activités et leurs interactions avec les prenantes (..... , fournisseurs, , acteurs du territoire...) afin d'assurer un développement

PARTIES PRENANTES DE L'ENTREPRISE

Cherchez des mots

Retrouvez dans la grille de mots mêlés les **parties prenantes** internes et externes qui correspondent à leurs définitions :

EXTERNES



Vocabulaire

Partie prenante : individu ou groupe pouvant affecter ou être affecté par les objectifs d'une entreprise.
R. Edward Freeman (1984)

- 1 Organisations défendant des intérêts spécifiques (humanitaires, culturels...).

- 2 Partenaires commerciaux fournissant des biens ou services.

- 3 Entreprises opérant dans le même secteur et offrant des produits ou services similaires.

- 4 Citoyens, consommateurs et groupes influencés par les activités de l'entreprise.

- 5 Ils influencent l'offre par leurs attentes et comportements d'achat.

- 6 Institutions finançant les activités de l'entreprise.

- 7 Organisations défendant les droits et intérêts des travailleurs.

- 8 Pouvoir public régulateur.

INTERNES

- 9 Exécutent des tâches en échange d'une rémunération.

- 10 Détiennent une part du capital de l'entreprise.

- 11 Prennent les décisions stratégiques.

- 12 Encadrent et coordonnent les équipes pour atteindre les objectifs fixés.

H	S	A	M	V	U	R	H	S	F	A	J	I	D
F	O	C	U	V	K	Q	E	Y	O	H	A	S	I
S	C	T	M	W	X	N	F	N	U	H	S	U	R
Y	I	I	M	B	C	S	S	D	R	P	S	C	I
X	É	O	A	A	L	F	S	I	N	L	O	O	G
V	T	N	N	N	I	U	H	C	I	W	C	N	E
L	É	N	A	Q	E	S	B	A	S	K	I	C	A
C	C	A	G	U	N	A	U	T	S	X	A	U	N
G	I	I	E	E	T	L	H	S	E	Z	T	R	T
T	V	R	R	S	S	A	Q	Q	U	E	I	R	S
E	I	E	S	O	E	R	M	S	R	U	O	E	D
G	L	S	C	Q	D	I	K	O	S	Y	N	N	Q
B	E	L	P	W	D	É	T	A	T	B	S	T	T
M	A	X	I	V	J	S	H	H	U	P	L	S	K

STYLES DE DIRECTION ET PRISE DE DÉCISION

Associez des éléments

Selon le psychologue **Rensis Likert**, il existe quatre styles de management en entreprise. Reliez chaque dirigeant(e) au style de management qui correspond à sa façon de diriger :

Dirigeant(e)

Style de management



Mary Barra (General Motors)

Elle encourage la collaboration et la transparence en impliquant ses équipes dans la prise de décision. Son leadership repose sur l'écoute et la responsabilisation des employés.

Autoritaire

Le manager ne fait pas confiance à ses subordonnés et ne sollicite pas leur avis. La communication est uniquement descendante, se limitant à des ordres, et la motivation repose principalement sur la peur et les sanctions.

Elon Musk (Tesla, SpaceX)

Il impose un rythme de travail intense et fixe des objectifs presque inatteignables pour pousser ses équipes à l'excellence. Il ne tolère pas la médiocrité et n'hésite pas à licencier.



Paternaliste

Le manager se montre bienveillant, mais conserve l'essentiel du pouvoir de décision. Il peut consulter ses subordonnés sur des aspects secondaires, tout en décidant seul des orientations importantes. Sa motivation repose sur un mélange de reconnaissance et de sanctions.

Safra Catz (Oracle)

Elle privilégie l'autonomie et la confiance en déléguant largement la gestion opérationnelle à ses cadres. Avant de prendre une décision importante, elle sollicite l'avis de ses équipes, tout en conservant l'autorité et la décision finale.



Consultatif

Le manager sollicite l'avis de ses subordonnés avant de prendre une décision, tout en conservant son autorité. Il favorise la collaboration et fluidifie la communication.

Bernard Arnault (LVMH)

Il exerce une direction ferme et centralisée, tout en valorisant la loyauté et la performance. Il offre un environnement à la fois sécurisant et exigeant. La fidélité et les résultats sont reconnus et récompensés.



Participatif

Le manager implique tous les membres de l'équipe dans la prise de décision, favorisant un esprit de collaboration où l'information circule librement.

DIAGNOSTIC STRATÉGIQUE EXTERNE DE L'ENTREPRISE

Retrouvez des mots coupés

Replacez les groupes de lettres dans le bon ordre pour former des mots et compléter le texte :



Diagnostic externe : analyse de l'environnement (micro et macro), qui éclaire la prise de décision des dirigeants.

Le microenvironnement regroupe les en interaction directe avec l'entreprise et ayant un impact sur son activité, tels que les, les clients et les

Le macroenvironnement englobe des facteurs plus larges (....., économiques, socioculturels, technologiques, légaux, écologiques) influençant les décisions de l'entreprise, mais sur lesquels elle a peu ou pas de contrôle.



PESTEL : outil de diagnostic stratégique permettant d'identifier les facteurs externes de l'environnement de l'entreprise pouvant l'impacter positivement ou négativement.

Trouvez l'intrus

Pour chaque composante du modèle **PESTEL**, repérez l'intrus, barrez-le et notez sa bonne catégorie :

P	POLITIQUE : politique fiscale, protection sociale, aides et subventions, évolution du PIB, relations internationales.
E	ÉCONOMIQUE : stabilité de la monnaie, inflation, croissance économique, système judiciaire, pouvoir d'achat, taux de chômage, hausse d'impôts.
S	SOCIOCULTUREL : traitement des déchets, allongement de la durée de vie, accès à l'éducation, habitudes d'achat, attitudes vis-à-vis des loisirs et du travail, mobilité sociale.
T	TECHNOLOGIQUE : nouveautés en matière de technologie, dépenses en R&D, niveau d'innovation du pays, création de pôles de compétences, stabilité du gouvernement.
E	ÉCOLOGIQUE : changement climatique, météo locale, réglementation environnementale, pression de la société pour adopter des pratiques durables, consommation responsable, émission de pollution.
L	LÉGAL : protection des consommateurs, obsolescence technologique, législation du travail, normes de santé, normes de sécurité des produits, étiquetage.