TOUS les calculs de BAC Pro Commerce :

# Pourcentages :

Pourcentage de parts : Chiffre de la ligne x100

somme totale

Pourcentage d’évolution : (Valeur d’arrivé – Valeur de départ) x100

Valeur de départ

**Calculs de prix :**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| PAHT | PVHT | PVTTC | TVA | Marge | Taux demarge | Taux demarque | CoefficientMultiplicateur |
| PVHT x(1-Tx de marque )PVTTCCoefPVHT1+ Tx de marque | PVTTC1+ Tx de TVAPAHT +MargePAHT1- Tx de marque | PVHT x(1+ Tx de TVA) PVHT + TVAPAHT x Coef | PVTTC – PVHTPVHT Tx TVAPVHT x(1,Tx de TVA) | PVHT - PAHT | Marge x100 PAHT | Marge x100 PVHT | PVTTC PAHT |

**Gestion des stocks :**

# Cout moyen unitaires Pondéré (CMUP) :

C.M.U.P après chaque entrées = Valeurs des entrées + Valeur du stock

Quantité des entrées + Quantité du stock

C.M.U.P en fin de périodes =

 (Valeur entrée 1 + valeur entrée 2 + … + Valeur entrée n + Valeur du stock) Quantité entrée 1 + Quantité entrée 2 + … + Quantité entrée n + Quantité du stock

# Rotation des stocks :

Ventes = Stock initial + achats – Stock final

Stock moyen = (Stock initial + Stock final )

2

Coefficient de rotation : Ventes de l’année

Stock Moyen

Vitesse de rotation à l’année = 360 jours

Coefficient de rotation

Vitesse de rotation au mois = Vitesse de rotation à l’année

12 mois

**Suivis des Stocks :** (Cadencier)

Ventes = Stock (*début de période*) + Livraison – Stock (*fin de période*) PVTTC = PAHT x Coefficient multiplicateur

Commande à reporter = Stock de sécurité + Ventes moyennes – Stock final (*à reporter*)

**Gestion des linéaires :**

# Capacités de Stockage :

Frontale (*longueur*) = Longueur de l’étagère consacrée au produit

Longueur du produit

Hauteur : Hauteur de l’étagère

Hauteur du produit Gerbage : Frontale x hauteur

Profondeur = Profondeur (*largeur*) de l’étagère

Profondeur (*largeur*) du produit

Linéaire au sol = Gerbage x Profondeur = Capacité du linéaire (*étagère*) Linéaires développé = Linéaire au sol x Nombre d’étagères

# Indices de sensibilité :

Indice de sensibilité à la marge = % de la marge réalisée par la marque

% du linéaire développé attribué à la marque

Indices de sensibilité au Chiffre d’affaire = % Du CA réalisée par la marque

% du linéaires développé attribué à la marque