



## ARCHIDIOCÈSE DE COTONOU

DIRECTION DIOCESAINE DE L'ENSEIGNEMENT CATHOLIQUE

COLLEGE CATHOLIQUE PERE AUPIAIS

04 ☎ 962 COTONOU ☎ 95 31 57 45

SITE : [www.cc-pereapiais.org](http://www.cc-pereapiais.org)

ANNÉE SCOLAIRE : 2024-2025

CLASSE : 1<sup>re</sup> AB

DEVOIR DU TROISIEME TRIMESTRE : mars 2025  
EPREUVE : ECONOMIE  
DUREE : 3 heures

- NB :
- Je vérifie que je n'ai rien laissé dans le casier
  - Je vérifie que je n'ai rien laissé sur la table qui ne doit me servir pour ma composition
  - Je ne sors pas de la classe pendant que je compose
  - Je ne sors pas de la classe avant la fin du temps imparti à l'épreuve que je traite
  - Je dis « NON » à la tricherie

NB : L'apprenant traitera l'un des deux sujets suivants au choix

Sujet 1PARTIE A : COMPREHENSION DU TEXTE

Consignes: Lisez attentivement le texte et exécutez les tâches.

Texte

Souvent défini comme un lieu (le marché local...), le marché est avant tout un ensemble de mécanismes et d'institutions. Il est encadré et doit respecter des règles. Des règles sont nécessaires pour définir ce qui est vendu (la surface d'un logement) ou pour encadrer les conditions auxquelles les transactions s'effectuent. Le marché provoque différentes sortes de pollutions et menace les possibilités de développement des générations futures. Les pouvoirs publics utilisent différents outils pour remédier à cette défaillance du marché.

Issu du latin mercatus, le terme marché apparaît en français dès le XI<sup>ème</sup> siècle désigne à la fois la transaction commerciale et le lieu concret où elle s'effectue. Le marché est un lieu, concret ou pas, où se détermine un prix par confrontation d'une offre et d'une demande. Les néoclassiques se fondent sur une approche microéconomique du marché; c'est-à-dire une approche qui étudie les comportements des unités économiques individuelles : le chef d'entreprise, le consommateur. . . Ils considèrent que les agents économiques sont parfaitement rationnels (agissent par raison et non par passion), qu'ils recherchent uniquement leur intérêt personnel et donc qu'ils veulent maximiser leur satisfaction avec le minimum de coûts (comportement de l'Homoeconomicus).

L'offre correspond à ce que les entreprises sont disposées à produire et à vendre. Elle est d'autant plus importante que le prix est élevé : l'offre est une fonction croissante du prix. Plus le prix est élevé, plus les entreprises sont incitées à offrir davantage. La quantité offerte pour chaque niveau de prix dépend des techniques de production et du prix des facteurs de production (travail, capital). les coûts de production sont principalement déterminés par les prix des moyens de productions et les progrès technologiques. Les prix des moyens de production tels que la main d'œuvre, l'énergie ou les machines exercent de toute évidence une influence très importante sur le coût associé à un niveau de production donné. Avec la baisse du prix des ordinateurs au cours des trente dernières années, les entreprises ont de plus en plus remplacé des technologies manuelles par des technologies informatiques, comme pour la paye ou les opérations comptables.

La demande des consommateurs a de nombreux déterminants : les revenus, les prix de vente, les goûts. Lorsque le prix d'une marchandise augmente, chaque consommateur en achète moins; à partir d'un certain niveau de prix suffisamment élevé, certains consommateurs décident de ne plus acheter. La demande est une fonction décroissante du prix, ce qui signifie qu'elle diminue lorsque le prix augmente. Chaque fois que l'un des déterminants de la demande (le revenu, la modification des prix relatifs, les goûts. . .) est modifié, à l'exception du prix, la courbe de demande subit une translation (translation=déplacement) ; si le revenu augmente, la quantité demandée augmente (la courbe se déplace vers la droite).

La confrontation de l'offre et de la demande conduit à la détermination d'un prix et d'une quantité d'équilibre. Si le prix est trop élevé, la quantité offerte excédera la quantité demandée : le prix aura tendance à baisser. Inversement, si le prix est trop bas, la quantité demandée excédera la quantité offerte : le prix aura tendance à augmenter. Ce

mécanisme est appelé "loi de l'offre et de la demande".

Cependant l'équilibre ne se réalise que sur les marchés concurrentiels caractérisés par de nombreux demandeurs et de nombreux offreurs, dont aucun ne peut agir seul sur les prix (atomicité du marché). Dans la réalité les situations de concurrence pure et parfaite sont rares. On observe différentes structures de marché : dans le cas d'un monopole, l'entreprise est seule sur son marché et est "price maker" ou faiseur de prix ; dans le cas d'un oligopole un petit nombre d'entreprises se partagent le marché et on peut rencontrer deux types de stratégie (oligopole en paix ou oligopole en guerre) ; dans le cas de la concurrence monopolistique, il y a de nombreuses entreprises (concurrence) qui essayent de se retrouver en situation de monopole par une qualité différente, une présentation différente.

Olivier Moreau, Economie seconde A ;Chapitre 5 & 6 « Marchés et Prix » Sciences Economiques et Sociales ; Pr. 2009. P.1–5

#### Tâches

- 1) Proposez un titre au texte.
- 2) Identifiez les déterminants de l'offre et de la demande évoqués dans le texte.
- 3) Précisez les différents types de marchés à partir du texte

#### PARTIE B : MAITRISE DES CONNAISSANCES

- 1)
  - a. Citez les composantes du budget de l'Etat
  - b. Enumérez les principes budgétaires.
- 2) Enumérez les principes budgétaires.
- 3) Enoncez les lois de finances
- 4) Distinguez :
  - a. PIB et PNB
  - b. Loi des finances initiale et loi des finances rectificative
- 5) Citez trois limites du PIB.
- 6) Présentez les étapes de l'acculturation.
- 7) Précisez les différents types d'agrégation de dépense.

#### PARTIE C : TACHES A CHOIX MULTIPLES

Recopiez la bonne réponse pour chacune des tâches suivantes !

- 1) Le produit intérieur brut (PIB) mesure :
  - a. la somme des valeurs ajoutées des entreprises durant une année.
  - b. la somme des chiffres d'affaires durant une année.
  - c. la somme des profits engrangés durant une année.
  - d. la somme des investissements réalisés durant une année.
- 2) Un marché est :
  - a. un lieu de rencontre entre un acheteur et un vendeur.
  - b. un lieu obligatoirement physique où on échange des biens et des services.
  - c. un lieu de rencontre réel ou virtuel entre une offre et une demande, où se fixe un prix de vente.
  - d. un lieu virtuel où s'échangent des titres financiers.
- 3) La socialisation est :
  - a. un processus de conditionnement des individus ;
  - b. un processus d'acquisition de la culture d'un groupe social déterminé
  - c. un processus d'acquisition des connaissances scolaires
  - d. un processus de domination sociale
- 4) Un rôle est :
  - a. un ensemble de comportements interdits
  - b. un ensemble de comportements réservés aux enfants
  - c. un ensemble de comportements attendus par les autres
  - d. un ensemble de comportement imposé par l'Etat
- 5) Une contre-culture peut se définir comme :

- a. une culture spécifique à des sous-groupes à l'intérieur d'une société donnée
  - b. une culture spécifique dont les normes et les valeurs s'opposent à la culture dominante
  - c. une culture spécifique inférieure à la culture dominante
  - d. une sous-culture occidentale
- 6) L'acculturation est :
- a. un changement culturel endogène
  - b. un changement culturel exogène
  - c. un changement culturel endogène et exogène
  - d. un changement culturel qui exclut les valeurs sociales
- 7) Sur un marché concurrentiel, l'offre :
- a. est une fonction croissante du prix de vente.
  - b. est une fonction décroissante du prix de vente.
  - c. est toujours égale au prix de vente.
  - d. est négative.
- 8) Sur un marché concurrentiel, la demande :
- a. est une fonction croissante du prix de vente.
  - b. est une fonction décroissante du prix de vente.
  - c. est toujours égale au prix de vente.
  - d. est toujours anticipée par les entrepreneurs.
- 9) Sur un marché concurrentiel, le prix d'équilibre est atteint :
- a. lorsque l'offre est égale à la demande.
  - b. lorsque le prix est égal à zéro.
  - c. lorsque le prix baisse.
  - d. lorsque le prix devient nul
- 10) Sur un marché concurrentiel, lorsque l'on a une multitude d'entreprises qui ne peuvent, à elles seules, influencer le prix, on dit que l'on respecte la condition :
- a. d'homogénéité du marché
  - b. de transparence du marché.
  - c. de liquidité du marché.
  - d. d'atomicité du marché.

#### PARTIE D : CONTRÔLE LEXICAL

- 1) Définissez :
  - Budget de l'Etat
  - Agrégat de dépense,
  - Ethnocentrisme.
- 2) Expliquez :
  - strate sociale
  - revenu national
  - Socialisé un individu

#### Sujet 2 : Dissertation économique

Entre la production capitaliste et la production à haute intensité de main d'œuvre, laquelle est profitable au PVD