

Université Abderrahmane Mira-Bejaia
FSECSG/Département des Sciences Commerciales
Spécialité : L3-Marketing

Module : Management stratégique
Examen du S1 2023-2024/ Session Normale

Question 01. (06 points)

- a) Quelle est la différence entre le management stratégique et le management opérationnel ?
Donnez des exemples pour illustrer cette différence. **(02 points)**
- b) Quels sont les trois niveaux de décision stratégique dans une organisation, et comment se distinguent-ils les uns des autres ? **(02 points)**
- c) Proposez un processus décisionnel que l'entreprise pourrait suivre pour formuler et mettre en œuvre sa stratégie. **(02 points)**

Question 02. (06 points)

- a) Définissez le concept de diagnostic stratégique. Quels sont les objectifs principaux du diagnostic stratégique dans le contexte du marketing ? **(03 points)**
- b) Discutez de l'importance de l'analyse des ressources dans le diagnostic stratégique interne. Quelles sont les principales catégories de ressources à analyser dans une entreprise ? **(03 points)**

Question 03. (08 points)

Indiquez si les déclarations suivantes sont vraies ou fausses, en ce qui concerne les choix stratégiques en justifiant votre réponse dans chaque cas.

1. La stratégie de diversification consiste à se concentrer sur l'expansion des activités de l'entreprise dans de nouveaux marchés ou de nouveaux produits.
2. La stratégie de domination par les coûts implique de se différencier des concurrents en offrant des produits ou des services uniques.
3. La stratégie d'intégration verticale implique de s'associer avec des concurrents pour réduire les coûts de production.
4. La stratégie de différenciation cherche à offrir des produits ou services similaires à ceux des concurrents, mais à un prix inférieur.
5. La stratégie d'internationalisation des entreprises se limite à l'exportation de produits vers des marchés étrangers.
6. La stratégie de franchise implique de permettre à d'autres entreprises d'utiliser le nom et le modèle d'entreprise de l'entreprise principale moyennant des frais.
7. La stratégie de concentration consiste à se diversifier dans plusieurs industries pour réduire les risques commerciaux.
8. La stratégie de spécialisation consiste à se concentrer sur un segment spécifique du marché où l'entreprise a un avantage concurrentiel.