

MASTER FEDE (1) - UCD41 - Marketing Stratégique- Les stratégies

- 1) Le modèle RBV est :
 - a) Ressources base view
 - b) Research basic viability
 - c) Rente basic value
 - d) review board value

- 2) Dans quels secteurs doit-on être présent relève du:
 - a) Corporate
 - b) Business
 - c) Knowledge-management
 - d) Marketing opérationnel

- 3) Le coût de revient unitaire en phase de lancement est:
 - a) faible
 - b) élevé
 - c) équilibré
 - d) en diminution

- 4) Le cycle de vie permet d'adapter les actions en fonction des phases. En phase de déclin, la production sera :
 - a) Sous traitée
 - b) Délocalisée
 - c) Standardisée
 - d) Internalisée

- 5) La droite d'expérience s'explique par:(cherchez l'intrus)
 - a) l'effet de l'apprentissage
 - b) les économies d'échelle
 - c) Les effets de l'innovation
 - d) la réduction des coûts

- 6) L'intensité concurrentielle dépend de 5 forces selon Porter: chercher l'intrus
 - a) Les nouveaux entrants
 - b) les substituts
 - c) la rivalité interne
 - d) la gouvernance

- 7) Un avantage concurrentiel est:
 - a) durable
 - b) provisoire
 - c) spécifique
 - d) non-spécifique

8) Chercher l'intrus dans les stratégies génériques de Porter

- a) Côté/ volume
- b) Différenciation
- c) Spécialisation
- d) Intégration

9) Le Marketing Amont concerne

- a) les Fournisseurs seulement
- b) Les distributeurs seulement
- c) les fournisseurs entre autres
- d) Les distributeurs entre autres.

10) Le produit d'une entreprise s'adressant à un marché en déclin et sur lequel l'entreprise a une position concurrentielle faible est :

- a) un dilemme
- b) un poids mort
- c) une étoile
- d) un FCS

Réponses:

- 1) -a
- 2) -a
- 3) -b
- 4) -b
- 5) -d
- 6) -d
- 7) -a
- 8) -d
- 9) -c
- 10) -b