

UNIVERSITE HASSAN II DE CASABLANCA
Faculté des Sciences Economiques,
Juridiques et Sociales d'Ain Sebaa.

Concours d'accès au Master Ingénierie Marketing et Développement Commercial
pour l'année universitaire : 2017-2018
(Concours écrit : Durée 1h30)

I- Veuillez lire le texte suivant pour vous inspirer quelques idées sur le sujet à traiter (14 points):

« Pour les marques, les réseaux sociaux représentent une source d'informations inestimable sur leur image et celle de leurs produits auprès des consommateurs ». Chaque contact avec un client doit permettre de valoriser l'image de l'entreprise, et être cueilli comme une occasion de créer, de conforter ou de développer un courant d'affaire. Les réseaux sociaux rassemblent des informations aussi précises que personnelles sur ses utilisateurs. Pour donner l'accès aux applications du portail, l'utilisateur accepte de communiquer les informations personnelles qui le concernent. Les réseaux sociaux ont révolutionnés l'approche communicationnelle des marques auprès des internautes sur la toile. Elles ne se contentent plus d'utiliser les différents outils d'affiliation pour attirer les internautes sur leur site, elles vont maintenant à leur rencontre pour éviter les dérapages possibles de leur "e-réputation".

Veuillez expliquer comment les entreprises peuvent-elles gérer leur e-réputation en gérant leur marques via les médias sociaux ?.

II- Définir les concepts suivants (en 4 lignes maximum avec illustration d'exemples) (6 points):

- Le marketing digital.
- La marque ombrelle
- L'assortiment

UNIVERSITE HASSAN II DE CASABLANCA
Faculté des Sciences Economiques,
Juridiques et Sociales d'Ain Sebaa.

Concours d'accès au Master Ingénierie Commerciale et Marketing.

(Examen écrit : Durée 1h30)

I- On vous demande de débattre les idées principales citées dans le texte suivant :

« Aujourd'hui, avec l'intensification de la concurrence et l'évolution de la digitalisation et des médias sociaux, le consommateur commence à détenir de plus en plus le pouvoir entre ses mains. Ce dernier a plus de possibilité d'interagir avec l'entreprise et de gouverner la réputation de celle-ci. Il a aussi la possibilité de produire l'information au lieu d'en recevoir uniquement. Le consommateur, très exigeant, veut qu'on produise pour lui d'une manière personnalisée et avec lui dans la logique actuelle du consomm'acteur. »

N.B : Veuillez rédiger votre réponse sur 4 pages au maximum dont la première doit contenir le plan de rédaction.

II- Définir les concepts marketing suivants (4 lignes maximum par définition) :

- La marque.
- Le packaging.
- La stratégie de différenciation.

Année universitaire : 2016-2017