

Université Mohammed-V de Rabat
 Faculté de Droit-Souissi, Rabat
 Concours d'accès au master recherche en marketing stratégique et
 management commercial approfondi

Répondez aux questions suivantes

Durée : 1H30 MN

1. Le capitalisme est un système où :	A. L'Etat est inexistant B. Ce sont les individus et non l'Etat qui détiennent le capital - C. Les communistes sont poursuivis en justice
2. La production non marchande correspond :	A. l'activité liée à l'économie souterraine B. aux services fournis gratuitement ou quasi-gratuitement à la collectivité C. aux biens et services vendus à un prix supérieur ou égal au prix du marché
3. Laquelle de ces marques de chaussures n'est pas allemande :	A. Adidas B. Puma C. Fila -
4. Sur un marché concurrentiel, lorsque la demande excède l'offre :	A. les prix baissent B. les prix stagnent C. les prix augmentent -
5. La différenciation organisationnelle est :	A. une caractéristique structurelle adaptée à une stratégie de différenciation B. une remise en cause de la division horizontale du travail C. une façon de classer les organisations existantes en différentes catégories suivant leurs caractéristiques D. la conséquence d'un environnement complexe et changeant
6. Relancer une économie en agissant sur l'offre consiste à :	A. relancer la consommation - B. verser des subventions aux entreprises C. relancer la production en réduisant les impôts et les charges sociales
7. L'emprunt obligataire est représenté par :	A. des titres de créance B. des titres de participation C. des titres d'associé D. des titres d'actionnaire
8. « Les produits offrent des débouchés aux produits » a pour origine :	A. David Ricardo B. John Maynard Keynes C. Jean Baptiste Say -
Un contrat permettant d'acheter un produit à une date donnée et un prix fixé à l'avance est :	A. une assurance-vie B. un contrat à terme C. une option d'achat
9. Lorsque le taux d'intérêt évolue à la hausse, le cours des obligations doit :	A. baisser B. monter C. évoluer de façon indépendante
Pour une demande de consommation normale, l'élasticité	A. positif

	<p>B. vendre le produit le plus cher possible</p> <p>C. convaincre que son produit est le meilleur</p>
82. A l'aide de quel outil l'animateur commercial peut-il développer la cohésion de son équipe :	<p>A. le coaching sportif</p> <p>B. le coaching individuel</p> <p>C. le coaching linguistique</p>
83. Sur les comptes d'une entreprise, l'amortissement correspond à :	<p>A. un gain exceptionnel</p> <p>B. une charge décaissable</p> <p>C. une perte de valeur définitive</p>
84. Les stratégies de coopération interentreprises sont formalisées par :	<p>A. des contrats commerciaux</p> <p>B. des prises de participation pyramidale</p> <p>C. des accords de branches professionnelles</p> <p>D. des lettres d'intention</p>
85. A l'échéance d'un crédit-bail, une entreprise peut :	<p>A. Racheter un bien d'équipement</p> <p>B. Louer le bien d'équipement</p> <p>C. Détruire le bien d'équipement</p> <p>D. Vendre le bien d'équipement</p>
86. En règle générale, les primes sur objectifs appartiennent :	<p>A. à la partie fixe de la rémunération</p> <p>B. à la partie variable de la rémunération</p> <p>C. à la partie exceptionnelle de la rémunération</p>
87. Quelle capacité indispensable doit avoir un manager pour renforcer son équipe :	<p>A. la communication</p> <p>B. l'empathie</p> <p>C. la connaissance technique</p>
88. Les synergies attendues d'une opération de croissance externe sont liées :	<p>A. à la faible prise de risque par les décideurs</p> <p>B. au partage des coûts</p> <p>C. à la faible valeur ajoutée des produits fabriqués</p> <p>D. à l'affrontement avec la concurrence</p>
89. Une décision stratégique se caractérise par :	<p>A. son degré d'incertitude élevé</p> <p>B. sa répétitivité</p> <p>C. sa réversibilité</p> <p>D. son horizon temporel limité</p>
90. Le management opérationnel :	<p>A. n'a aucune incidence sur le management stratégique</p> <p>B. peut exercer une certaine influence sur le management stratégique</p> <p>C. conditionne le management stratégique.</p>
91. Qui n'est pas une partie prenante :	<p>A. actionnaire</p> <p>B. dirigeant</p> <p>C. salarié</p> <p>D. client</p>
92. Parmi les fonctions suivantes, laquelle n'est pas remplie par l'innovation :	<p>A. Réalisation d'un produit</p> <p>B. Accélération d'un processus</p> <p>C. Simplification d'opération</p> <p>D. Amélioration d'un service</p>
93. Trouver l'intrus : Parmi les termes suivants de la gestion des ressources humaines, trouvez l'intrus :	<p>A. gestion des effectifs</p> <p>B. gestion des carrières</p> <p>C. gestion des délais</p> <p>D. gestion des congés</p>
94. Des activités nouvelles sur un marché en croissance nécessitent un financement par :	<p>A. emprunts à court terme</p> <p>B. cession d'actifs</p> <p>C. autofinancement</p> <p>D. apports de capitaux-risque</p>
95. Pour une entreprise, l'équilibre financier consiste à :	<p>A. Disposer de capitaux importants pour financer ses investissements</p> <p>B. Disposer de ressources proportionnelles aux</p>

	besoins C. Obtenir un revenu égal au coût du capital D. Disposer de ressources supérieures aux besoins
96. Repérez l'intrus :	A. obligation B. dividende C. emprunts D. taux d'intérêt
97. Parmi les niveaux suivants du management de l'innovation, lequel se rapporte au management stratégique :	A. Piloter la réalisation du projet B. Définir la politique d'innovation C. Evaluer la faisabilité du projet D. Mobiliser les ressources
98. Un cartel est une :	A. organisation mafieuse basée en Italie B. forme d'entente illégale entre deux entreprises C. opération boursière de grande envergure
99. La promotion des ventes correspond :	A. l'ensemble des actions qui poussent le produit vers le consommateur B. l'ensemble des moyens pour faire connaître un produit C. les primes attribuées aux commerciaux de l'entreprise D. l'action commerciale sur les lieux de vente
100. Le rapport entre le total des ventes de l'entreprise et le total des ventes du marché est :	A. taux de marge B. taux de croissance des ventes C. taux de marché D. part de marché

prix de la demande doit avoir un coefficient :	B. négatif C. nul
12. Que signifie le sigle FNAC :	A. Filiale Nord Américaine de Commerce B. Fédération Nationale d' Achat des Cadres C. Franchise de Négoce dans l'Art et la Culture
13. La clé du retour au plein-emploi consiste pour Keynes à :	A. relancer la production B. relancer la consommation C. favoriser l'épargne
14. On appelle marketing direct :	A. la mise en valeur d'offres promotionnelles en boutique B. l'envoi d'un message personnalisé à un groupe de personnes qualifiées C. l'achat d'espace publicitaire dans la presse locale
15. Le management stratégique définit les opérations sur :	A. le moyen terme B. le court terme C. le long terme
16. Une banque qui accorde un crédit à son client :	A. fait augmenter la masse monétaire B. fait baisser la masse monétaire C. n'a aucun impact sur la masse monétaire
17. Un taux de couverture $[(\text{Exportations}/\text{Importations}) \times 100]$ supérieur à 100 signifie :	A. une balance commerciale excédentaire B. une balance des paiements excédentaire C. une balance commerciale déficitaire
18. En concurrence pure et parfaite, le prix du marché est :	A. égal au coût marginal de l'entrepreneur B. supérieur au coût marginal de l'entrepreneur C. inférieur au coût marginal de l'entrepreneur
9. Les fleurs coûtent plus cher à la saint-valentin, cela s'explique par :	A. la loi de l'offre et de la demande B. l'élasticité des prix C. la misogynie de l'économie
0. La marque Nescafé est :	A. Suisse B. Autrichienne C. Italienne
1. La segmentation stratégique a pour but d'étudier :	A. les comportements d'achat B. les éléments qui apportent de la valeur pour les acheteurs C. l'évolution de la demande et de la concurrence
2. Les OPCVM (Organismes de placement collectif en valeurs mobilières) sont :	A. des sociétés de bourse B. des sociétés d'investissement C. des SICAV (sociétés d'investissement à capital variable) et des FCP (fonds communs de placement)
3. Une stratégie de niche est réservée aux entreprises :	A. désireuses de se diversifier B. intervenant dans un secteur en déclin C. dépourvues de moyens D. poursuivant une stratégie de spécialisation intensive
4. Selon Michael Porter, "avantage concurrentiel" désigne la capacité d'une organisation à obtenir :	A. durablement des performances identiques à celles de ses concurrents B. immédiatement de meilleures performances que ses concurrents C. durablement de meilleures performances que ses concurrents D. durablement de meilleures performances que dans son passé

est :	B. le métier de l'entreprise C. la menace des entreprises D. les buts et aspirations des fournisseurs de l'entreprise
55. L'identité organisationnelle :	A. détermine la culture organisationnelle B. est déterminée par la culture organisationnelle C. est déterminée par les choix des dirigeants D. peut être source d'avantage concurrentiel
56. Quel est l'objectif des tests d'aptitudes cognitives :	A. ils permettent d'évaluer l'intelligence B. ils permettent de déterminer la personnalité C. ils permettent d'observer le comportement et les réactions du candidat
57. La théorie de l'avantage comparatif est basée sur	A. la publicité B. le libre échange C. les élections
58. Une co-entreprise est fondée pour :	A. faciliter l'établissement de relations commerciales B. permettre un transfert de technologie C. éviter d'investir directement dans un pays
59. Le célèbre jeudi noir a eu lieu le 24 octobre :	A. 2009 B. 1929 C. 1819
50. Le ROI fait généralement référence :	A. Au retour sur Investissement B. Aux politiques de content marketing (content is king) C. Aux ruptures en linéaires (Rate Of Indisponibility)
51. Les décisions opérationnelles :	A. sont indépendantes de la stratégie B. se prennent en même temps que les décisions stratégiques C. doivent être cohérentes avec les orientations stratégiques prédéfinies
52. L'augmentation du déficit budgétaire :	A. n'a aucun impact sur les prix B. fait monter les prix C. fait baisser les prix
53. La maison d'édition Larousse appartient au groupe :	A. Hachette livre B. Galimard C. Editis
54. Quelle est la première étape du processus de recrutement :	A. l'analyse du poste à pourvoir B. la définition du profil du candidat C. le choix du mode de recrutement
55. Laquelle de ces entreprise pétrolières n'est pas européenne :	A. Total B. Shell C. Chevron
56. Quelle dimension est absente du management stratégique :	A. le déploiement stratégique B. la réalisation stratégique C. le choix stratégique
57. Après une réunion, le manager doit :	A. remercier les participants B. préparer un compte rendu oral C. rédiger un compte rendu écrit
58. L'existence sur le marché d'un groupe stratégique impose nécessairement :	A. une politique de prix élevée B. des concurrents peu nombreux C. un marché étendu au plan international D. le recours à la même méthode de vente

39. Les agences de notation mesurent :	<p>C. pakistanais</p> <p>A. La transparence d'un Etat ou d'une société</p> <p>B. Le risque de démission du gouvernement d'un Etat ou d'une société</p> <p>C. La probabilité de défaillance d'un Etat ou d'une société</p>
40. Le montant de mon budget communication est fonction ?	<p>A. de ma trésorerie</p> <p>B. des offres des professionnels de la communication</p> <p>C. de mes dernières actions et de ma politique commerciale</p>
41. La marque de sauce Amora appartient au groupe :	<p>A. Lesieur</p> <p>B. Unilever</p> <p>C. Heinz</p>
42. Parmi ces trois propositions, quelle est la qualité la plus importante pour un commercial :	<p>A. organisation</p> <p>B. perfectionnisme</p> <p>C. adaptabilité</p>
43. Que signifie l'acronyme HSBC :	<p>A. Highly Selective Bank of Canada</p> <p>B. Hong Kong & Shanghai Banking Corporation</p> <p>C. Highlands & Scotland Banking Company</p>
44. Que signifient les 4P:	<p>A. Produit, production, partie, preparation</p> <p>B. produit, population, PIB, positionnement</p> <p>C. produit, prix, place, promotion</p>
45. L'outil qui permet de regrouper les concurrents qui ont la même cible de clientèle est :	<p>A. L'analyse PESTEL</p> <p>B. 5 forces de Porter</p> <p>C. Cartographie de l'industrie</p>
46. Parmi ces montres, laquelle n'est pas suisse :	<p>A. Tissot</p> <p>B. Fossil</p> <p>C. Omega</p>
47. La marque de chocolat Toblerone appartient au groupe :	<p>A. Mars</p> <p>B. Nestlé</p> <p>C. Kraft Foods</p>
48. Les performances d'une unité commerciale résultent en grande partie :	<p>A. de la taille et de la qualification de ses cadres</p> <p>B. de la taille et de la qualification de ses effectifs</p> <p>C. de la taille et de la qualification de ses dirigeants</p>
49. Une stratégie d'intégration verticale se traduit par l'intégration :	<p>A. de concurrents</p> <p>B. de clients</p> <p>C. de fournisseurs</p>
50. Le crédit - bail :	<p>A. n'est pas financé par des capitaux permanents</p> <p>B. est moins coûteux qu'un emprunt</p> <p>C. nécessite de passer par une banque</p> <p>D. est réservé aux sociétés par action</p>
51. L'acronyme AIDA correspond à :	<p>A. Association Internationale des Distributeurs Alimentaires</p> <p>B. Affaire Investissement Dépense Actionariat</p> <p>C. Attention Intérêt Désir Action</p>
52. PLV signifie :	<p>A. Promotion sur le lieu de vente</p> <p>B. Price Life Value</p> <p>C. Publicité sur le lieu de vente</p> <p>D. Product Live Value</p>
53. L'ensemble des produits d'une même catégorie proposés par un même fabricant s'appelle :	<p>A. un segment de marché</p> <p>B. un domaine d'activité stratégique</p> <p>C. une gamme de produits</p> <p>D. une nomenclature de produits</p>
54. Le facteur déterminant des stratégies de développement	<p>A. les buts et aspirations des clients de l'entreprise</p>

25. Trouvez l'intrus :	A. pyramide des âges B. fiche de poste C. entretien annuel D. contrat d'intérim
26. L'analyse du diagnostic stratégique est dénommée :	A. SMOT B. SVOT C. SWOT
27. La nationalité de la marque BEKO est :	A. Chinoise B. Hollandaise C. Turque
28. Selon Michael Porter, une stratégie de domination par les coûts s'obtient grâce à :	A. une concurrence faible B. une concurrence forte C. des coûts variables faibles D. un volume de production important
29. Le fonds de roulement permet de financer :	A. le besoin de financement de l'exploitation B. les immobilisations C. les charges d'exploitation D. les remboursements d'emprunts
30. Lequel de ces principes n'est pas keynésien :	A. la lutte contre le chômage est plus importante que la lutte contre l'inflation B. il faut laisser certains secteurs disparaître pour créer des opportunités C. le court terme a parfois plus d'importance que le long terme
31. En anglais, autofinancement signifie :	A. have flow B. cash flow C. money flow D. pay flow
32. Parmi ces innovations, qui ne correspond pas à la théorie de l'agence :	A. elle est liée à la notion d'asymétrie d'information B. elle définit les conditions dans lesquelles les coûts d'agence peuvent être supprimés C. elle permet d'analyser les relations entre actionnaires et dirigeants dans la firme managériale D. elle explique les coûts d'agence par la nécessité de limiter les dépenses discrétionnaires des dirigeants
33. Quelle stratégie de résolution de conflit n'existe pas :	A. l'oubli B. l'évitement C. le désamorçage
34. Laquelle de ces marques de vêtements n'est pas européenne :	A. Zara B. H&M C. Uniqlo
35. La marque automobile jaguar appartient à :	A. Toyota B. Ford C. Tata Motors
36. Qui détient le pouvoir dans une entreprise :	A. les directeurs B. les managers C. les actionnaires
37. Que signifie le sigle TGV :	A. Train Grandes villes B. Train pour Grands Voyages C. Train à Grande Vitesse
38. Le constructeur automobile Bajaj est :	A. indien B. chinois

69 Un consortium est :	<ul style="list-style-type: none"> A. un groupe d'entreprises avec des intérêts liés B. un accord tacite entre deux entreprises C. une école multinationale
70 CRM signifie :	<ul style="list-style-type: none"> A. Content Rotation Management B. Customer Relationship Management C. Capital Return Maximization
71 Parmi les éléments suivants, qui ne relève pas de la stratégie générale ?	<ul style="list-style-type: none"> A. définir les structures organisationnelles de l'entreprise B. allouer des ressources aux unités de production C. lancer une campagne de publicité D. limiter le nombre de marchés sur lesquels l'entreprise propose une offre
72 L'internationalisation :	<ul style="list-style-type: none"> A. Consiste toujours à délocaliser la production. B. Est favorisée par une structure hiérarchique C. Amène les entreprises à devenir des multinationales. D. Désigne le processus par lequel une entreprise se développe en dehors de son pays d'origine
73 La bulle immobilière aux Etats-Unis, à l'origine de la crise des subprimes, éclate en :	<ul style="list-style-type: none"> A. 2009 B. 2007 C. 2005
74 Afin de régler un conflit, le manager doit faire preuve d'une écoute :	<ul style="list-style-type: none"> A. passionnée B. active C. impliquée
75 Le prix d'acceptabilité correspond :	<ul style="list-style-type: none"> A. Le prix d'équilibre entre l'offre et la demande B. Le prix psychologique C. Le prix maximum que le client est prêt à payer pour un produit D. Le prix auquel le rapport qualité-prix est considéré comme satisfaisant par les clients potentiels
76 L'organisation scientifique du travail porte sur :	<ul style="list-style-type: none"> A. l'amélioration de la qualité des produits B. l'amélioration des conditions de travail C. l'amélioration des temps d'exécution des tâches D. l'amélioration de la qualification des salariés
77 La partie variable rémunère principalement :	<ul style="list-style-type: none"> A. la performance du salarié B. la présence du salarié C. la situation du salarié
78 L'analyse PESTEL n'a de sens que si elle :	<ul style="list-style-type: none"> A. est répétée dans le temps B. débouche sur la conception de scénarios d'évolution de l'environnement C. est menée sur toutes les variables de l'environnement D. mesure l'influence de chaque variable d'environnement séparément.
79 Le financement de la croissance interne suppose :	<ul style="list-style-type: none"> A. un autofinancement fort B. une capacité limitée d'emprunt C. un accord avec les entreprises concurrentes D. une réduction du capital de l'entreprise
80 Quel mode d'exercice du pouvoir n'existe pas :	<ul style="list-style-type: none"> A. la délégation B. l'externalisation C. la centralisation
81 Un vendeur qui fait du barattage commercial essaye de :	<ul style="list-style-type: none"> A. persuader de renouveler rapidement votre équipement