



ENC GT

المدرسة الوطنية للتجارة والتسيير
 +ΣΙCΠ +.ο.ο+ | :ΘΥΙЖΣ Λ :ΘΠ:ΛΛ:
 École Nationale de Commerce et de Gestion

Mark

Epreuve	: E-Marketing
Durée	: 1h30mn
Niveau	: Semestre 09 (Mark-CI)
Session de rattrapage	: Janvier 2021
Responsable	: A. ELKHARRAZ

SS9

Sujet de dissertation:

Internet est devenu un outil incontournable qui est adopté dans n'importe quel domaine. La raison principale de la prise d'ampleur qu'a prise cet outil si important est le changement de comportement de la part des individus. En effet, de nos jours, tout se passe en ligne. La facilité que permettent les avancées technologiques est devenue une habitude, un style de vie adopté par tout le monde.

Il y a cinquante ans, on devait parcourir des kilomètres pour s'acheter une paire de chaussures. Aujourd'hui, c'est possible en un simple clic grâce à Internet.

Jumia.ma, Twitchia.org, Ramzo.ma, Amazon, ..., vous en avez tous déjà entendu parler et peut-être les avez-vous déjà utilisés. La multitude de ces sites d'achat en ligne révèle que le phénomène de e-commerce prend de plus en plus d'ampleur.

Travail à faire :

Si on vous donne la possibilité de faire un petit commerce en ligne, décrivez, en 2 pages au maximum, quel sera ce commerce et quelles sont les différentes étapes pour le réaliser ?



Université Abdelmalek Essaâdi
Ecole Nationale de Commerce et de Gestion de Tanger
المدرسة العليا للتجارة والتسيير بطنجة

E-mail: aelkharraz@uae.ac.ma

EXAMEN DE FIN DE SEMESTRE
SEMESTRE D'AUTOMNE
Session normale – Décembre 2019

Epreuve : E-Commerce
Enseignant : A. ELKHARRAZ
Niveau : DENC G-5^{ème} année – Semestre 9
Date : Mardi 24 Décembre 2019 à 15h
Durée : 2heures

1. Donner le code HTML permettant de créer la page web suivante: (4 pts)

FORYOU EVENTS →

Titre en bleu,
Centré

Organisation de toutes les manifestations et fêtes:

- Fêtes de mariages
- Fêtes de circoncision
- Manifestations culturelles
- etc.



Image portant le nom de
"epouse.jpg", qui défile

Image portant le nom de « flèche1.gif »
transformée en un lien hypertexte qui nous
ramène vers une autre page web du même site
portant le nom de « mariages.html »

NB. L'arrière plan de la page web est représenté par une image portant le nom de "fond.jpg"

2. Comment peut-on obtenir des bitcoins ? (1,5 pts)
3. Dresser un tableau comparatif entre Ebay, Aliexpress et Amazon. (3 pts)
4. Que désignent les termes suivants : **Drop Shipping**, **Affiliation** et quelle est la différence entre les deux ? (3 pts)
5. Qu'est-ce que le Shopify ? Quels sont ses avantages et ses inconvénients? (3 pts)
6. Quels conseils, pouvons-nous, suivre pour obtenir de meilleurs résultats avec nos publicités sur facebook ads ? (2,5 pts)
7. Quels sont les points forts ainsi que les points faibles de la marketplace Amazon ? (3 pts)



Université Abdelmalek Essaâdi
Ecole Nationale de Commerce et de Gestion
Adresse : B.P.1255 Tanger Principal - Maroc. Fax : 039 31-34-93
Tel :05 39 31 34 87/ 88/ 89 Fax: 05 39 31-34-93
Site web : www.encgt.ma

EXAMEN DE FIN DE SEMESTRE
SEMESTRE D'AUTOMNE
Session Normale - Janvier 2016

Épreuve : E-Commerce
Enseignant : A. ELKHARRAZ
Niveau : DENC G – 5^{ème} année – Semestre 9 (Option : Marketing + CI)
Jour/Date : Mardi 19/01/2016 à 09h
Durée : 2h

1. Qu'est-ce que le PayPal ? Quels sont ses avantages et ses inconvénients? (3 pts)
2. Définissez les termes suivant : CPL, ADSL et 4G. Quelle est la différence entre les trois ?
(4pts)
3. Que désigne le terme FTP? (2 pts)
4. Quels sont les conseils pratiques à suivre avant de payer sur un site marchand marocain ?(3pts)
5. Qu'est ce qu'une adresse IP ? Quelle est la différence entre une adresse IP publique et Privée ? (2pts)
6. Donner la définition du Javascript. Quels sont ses avantages ? (2 pts)
7. Donner le code HTML permettant de créer la page web suivante : (4 pts)

Vidéotheque du Centre → Titre défilant et en rouge

Barres horizontales

Bienvenue à notre catalogue de vente → Titre en marron, Centré



→ Image portant le nom de "Potter.jpg", Centré

Pour plus d'informations, cliquer ici → "ici" est un lien hypertexte qui nous ramène vers le site web : www.1000films.com

NB. L'arrière plan de la page web est représenté par une image portant le nom de "blut.gif"



Université Abdelmalek Essaâdi
Ecole Nationale de Commerce et de Gestion
National School of Management-Tanger

E-mail: abdelilah@elkharraz.com

Epreuve : **E-Commerce**
 Durée : **2 heures**
 Niveau : **Semestre 09 (Mark-CI)**
 Session normale : **Janvier 2014**
 Responsable : **A. ELKHARRAZ**

1. Quelles sont les lois principales qui régissent le commerce électronique au Maroc? Expliquez en quelques lignes chaque loi. (3 pts)
2. Expliquez, en détail, les différentes techniques suivantes de piratage de la carte bancaire sur Internet : (4 pts)
 - Skimming
 - Cheval de troie
 - Fishing
 - Zombie
3. Quel est l'impact du piratage électronique sur l'économie du pays. (3 pts)
4. Donner les avantages et les inconvénients du Cloud computing (3 pts)
5. Parmi les techniques de communication se basant sur Internet on trouve la technique RTB (Real Time Bidding). Expliquez en détail cette technique (3 pts).
6. Google nous offre plusieurs outils, entre autres il y a :
 - Google Wallet
 - Google Adwords
 - Google Scholar
 - Google Drive

Expliquez en détail ces outils google. (4 pts).

Mark

S9

UAE
ENCG – TANGER

Session : Décembre 2019

Epreuve: Intelligence économique

Niveau : 5ème année (S9)

Durée : 2 heures

Professeur : Mostafa ABAKOUY

NB :

- une copie bien soignée vous rapporte deux points
- des étudiants ont excellé parce qu'ils l'ont voulu

Bon courage !

Répondre à l'ensemble des questions suivantes:

Question 1 (5 points)

Dans le cadre de l'intelligence économique, que signifient les termes suivants :

Scotomisation ? Distorsion de l'information ? Serendipity ? Espace cryptique ? Think tank ?
Lobbying ? Dezinformatsia ? Garbage in ? Benchmarking ? Veille cognitive ?

NB : Il est souhaitable de répondre sous forme tabulaire.

Question 2 (5 points)

L'intelligence économique : ampleur de la clarté et étendue de l'ambigüité.

Question 3 (5 points)

Eu égard aux dispositifs d'intelligence économique des pays pionniers (Etats-Unis, Japon, Allemagne, Grande-Bretagne), où le Maroc pourrait-il situer le sien ?

17

Question 4 (5 points) : Cas Layrice

En cette fin d'année 2015, la société Layrice doit faire face à un choc financier considérable. Elle n'a aucun espoir d'encaisser une créance de 4 millions de dirhams sur son seul client, la société Kachara.

Depuis cette date, des efforts soutenus de prospection ont été entrepris. En 2017, ceux-ci ont été récompensés. En effet, un nouveau client a été approché. Il s'agit de la société belge Thouchmicht. Comble de malchance, celle-ci était dirigée par une bonne partie d'ex-cadres de Kachara. Les rapports commerciaux se sont rapidement dégradés, car ces cadres s'immisciaient exagérément dans la détermination des prix. Dès lors, un rapport de force s'est installé et a nourri rapidement une atmosphère de méfiance et de défiance avec Layrice. En conséquence, les relations ont été rompues la même année entre Layrice et Thouchmicht.

En 2003, M. Ajakrak père décide de fonder une entreprise de conserves de poisson, appelée Layrice. Il est originaire de la région D'Al Hoceima et entretient des rapports commerciaux très amicaux avec les armateurs locaux, chalutiers et exploitants de la pêche traditionnelle du port d'Al Hoceima. M. Ajakrak, débute son activité dans la conservation d'anchois marines, activité destinée entièrement au marché extérieur. Il est aidé en cela par ses fils Jilguiro, Saysay et Abaddane, qui travaillent à ses côtés. C'est ce dernier, Abaddane qui est en charge du développement de la société.

Entre 2003 et 2018, Layrice a développé de nombreuses gammes de produits agro alimentaires, issues principalement de la transformation du poisson. Elle référence dans son catalogue : des anchois marinés; des brochettes d'anchois; des brochettes de poulpes; des poulpes cuits congelés ; de la salade de poulpe; des filets de sardines; des filets de sprat fumé; etc.

Aujourd'hui, cette société a pris pleinement conscience des risques du «mono client». S'intéressant actuellement à d'autres marchés de l'Europe, Amérique du nord, Maghreb, Machrek et d'Afrique subsaharienne, elle décide de recourir à un cabinet de consulting, réputé pour sa longue expérience en surveillances des marchés étrangers.

Vous venez d'être intégré (e) pour un stage de longue durée au sein de cette entreprise de conseil, et le responsable de projet en charge de ce dossier est débordé. Il vous demande, en qualité de conseiller «junior», d'en prendre connaissance, de mettre en place une veille et d'en identifier les thèmes les plus pertinents.

UAE
ENCG – TANGER

Session : Décembre 2018

Epreuve : Intelligence Economique

Niveau : 5ème année (S9), toutes options

Durée : 2 heures

Professeur : Mostafa ABAKOUY

NB :

- une copie bien soignée vous rapporte deux points (il est souhaitable de ne pas utiliser le « correcteur »)
- des étudiants ont excellé parce qu'ils l'ont voulu !

Bon courage !

Parmi les quatre questions suivantes, choisir et répondre à deux seulement.

Question 1 : (10 points)

« Chercher uniquement dans les zones éclairées est le meilleur moyen de s'aveugler, de ne pas voir venir une innovation, de subir une nouvelle norme, d'avoir une vision restreinte de la concurrence, d'oublier l'intérêt de ses clients, etc. Pour contrer des travers aussi courants, il faut avant tout mettre en œuvre un dispositif intelligent capable de scruter en permanence son environnement pertinent, d'en comprendre la dynamique et de l'influencer. »

Expliquer.

Question 2 : (10 points)

L'intelligence économique à la « marocaine » : qui fait quoi ?

(Répondre sous forme tabulaire).

Question 3 : (10 points)

Les think tanks à la « marocaine » : qui fait quoi ?

(Répondre sous forme tabulaire).

Question 4 : (10 points) : Cas Grain d'or

L'entreprise Grain d'or, filiale d'un grand groupe céréalier, est spécialisée dans la transformation du blé en farine. Elle exporte environ 2/3 de sa production, principalement en Afrique. Elle y dispose de clients habituels mais vend également sur appel d'offres, émanant principalement des programmes d'aide alimentaire mondiale.

Les marchés d'exportation de la farine sont des marchés difficiles dans lesquels la maîtrise de la chaîne logistique est un facteur important de compétitivité. Il faut répondre à des exigences de rapidité et limiter les ruptures de charge.

Dans le cadre de la mise en place d'une démarche systématique de prospection des marchés étrangers, le directeur export souhaite que soit élaborée pour chaque pays cible, une « fiche pays » permettant de suivre le contexte général du pays ainsi que la situation du marché de la farine dans ce pays.

On vous demande de proposer les grandes rubriques que devra comporter cette fiche pays.

(Répondre sous forme tabulaire).

UAE
ENCG – TANGER

Session : Décembre 2017

Epreuve: Intelligence économique

Niveau : 5ème année (S9), toutes options

Durée : 2 heures

Professeur : Mostafa ABAKOUY

NB :

- une copie bien soignée vous rapporte deux points (il est souhaitable de ne pas utiliser le « correcteur »)
- des étudiants ont excellé parce qu'ils l'ont voulu

Bon courage !

Répondre aux trois questions suivantes :

Question 1 : (10 points)

En exposant son fil informationnel, le chargé d'intelligence économique bute sur plusieurs risques. Déterminer, **sous forme matricielle**, ceux qu'il peut éviter, ceux qu'il peut réduire, ceux face auxquels il ne peut rien faire et ceux qu'il ne peut même pas voir.

Question 2 : (5 points)

Eu égard aux dispositifs d'intelligence économique des pays pionniers (Etats-Unis, Japon, Allemagne, Grande-Bretagne, France), où le Maroc pourrait-il situer le sien ? **(NB. Il est souhaitable de répondre sous forme matricielle).**

Question 3 : (5 points)

L'entreprise Grain d'or, filiale d'un grand groupe céréalier, est spécialisée dans la transformation du blé en farine. Elle exporte environ 2/3 de sa production, principalement en Afrique. Elle y dispose de clients habituels mais vend également sur appel d'offres, émanant principalement des programmes d'aide alimentaire mondiale.

Les marchés d'exportation de la farine sont des marchés difficiles dans lesquels la maîtrise de la chaîne logistique est un facteur important de compétitivité. Il faut répondre à des exigences de rapidité et limiter les ruptures de charge.

Dans le cadre de la mise en place d'une démarche systématique de prospection des marchés étrangers, le directeur export souhaite que soit élaborée pour chaque pays cible, une « fiche pays » permettant de suivre le contexte général du pays ainsi que la situation du marché de la farine dans ce pays.

On vous demande de proposer les grandes rubriques que devra comporter cette fiche pays. (NB. Il est souhaitable de répondre sous forme matricielle).

Question 4 : (10 points) : Cas Grain d'or

L'entreprise Grain d'or, filiale d'un grand groupe céréalier, est spécialisée dans la transformation du blé en farine. Elle exporte environ 2/3 de sa production, principalement en Afrique. Elle y dispose de clients habitués mais vend également sur appel d'offres, émanant principalement des programmes d'aide alimentaire mondiale.

Les marchés d'exportation de la farine sont des marchés difficiles dans lesquels la maîtrise de la chaîne logistique est un facteur important de compétitivité. Il faut répondre à des exigences de rapidité et limiter les ruptures de charge.

Dans le cadre de la mise en place d'une démarche systématique de prospection des marchés étrangers, le directeur export souhaite que soit élaborée pour chaque pays cible, une « fiche pays » permettant de suivre le contexte général du pays ainsi que la situation du marché de la farine dans ce pays.

On vous demande de proposer les grandes rubriques que devra comporter cette fiche pays.

(Répondre sous forme tabulaire).

UAE

ENCG – TANGER

Session : Janvier 2016

Epreuve: Intelligence économique et veille stratégique

Niveau : 5ème année (S9), toutes options

Durée : 2 heures

Professeur : Mostafa ABAKOUY

NB : Une copie bien soignée vous rapporte deux points (il est souhaitable de ne pas utiliser le « correcteur »)

Bon courage !

Répondre aux deux questions suivantes :

Question 1 (13 points) :

L'intelligence économique est un terrain de paradoxes par excellence, lesquels paradoxes se manifestent à travers toutes les questions (le quoi, le pourquoi, le comment, le qui, le quand, etc.) que se posent aussi bien le théoricien que le praticien, dans la mesure où ceux-ci hésitent de considérer l'intelligence économique en tant qu'activité glorieuse ou honteuse, de la saisir en temps de « guerre » ou de « paix », de l'apprécier en tant qu'avoir ou être, qu'elle relève d'une responsabilité interne ou externe, qu'elle interpelle le stratège ou le tacticien, qu'elle s'inscrit dans la régularité ou l'irrégularité, qu'elle se traduit par une action individuelle ou collective, etc.

Les modes de régulation de tels paradoxes ne reposent pas nécessairement sur la recherche du consensus, du bon dosage ou du discernement entre leurs extrémités. Leur présence présente plus d'heurs que de malheurs en vue de conférer à l'intelligence économique (une discipline toujours en gestation) une identité, d'en tracer les frontières, d'expliquer les mécanismes de son fonctionnement, de déterminer le rôle des uns et des autres pour s'y mettre et, le cas échéant, de recenser les déterminants saillants de son succès.

(D'après Mostafa ABAKOUY, 2015)

Expliquer et discuter.

Question 2 (7 points) :

Eu égard aux dispositifs d'intelligence économique des pays pionniers (Etats-Unis, Japon, Allemagne, Grande-Bretagne, France), où le Maroc pourrait-il situer le sien ?



EXAMEN DE FIN DE SEMESTRE
SEMESTRE D'AUTOMNE
Session Normale - Janvier 2015

Epreuve : Intelligence économique et veille stratégique
Enseignant : Mostafa ABAKOUY
Niveau : 5ème année – Semestre 9
Jour/Date : Jeudi 08/01/2015 à 09h
Durée : 2 heures

NB : une copie bien soignée vous rapporte deux points
Des étudiants ont excellé parce qu'ils l'ont voulu
Bon courage !

Parmi les quatre questions ci-après, choisir et répondre à deux seulement.

Question 1 : (10 points)

Le responsable de l'intelligence économique est exposé à plusieurs risques. Déterminer sous forme tabulaire ceux qu'il peut éviter, ceux qu'il peut réduire, ceux face auxquels il ne peut rien faire et ceux qu'il ne peut même pas voir.

Question 2 : (10 points)

Quelles leçons peut-on tirer de la comparaison entre d'une part, les manifestations d'intelligence économique au Maroc et, d'autre part, les dispositifs nationaux des Etats-Unis, du Japon et de l'Allemagne ?

Question 3 : (10 points)

Le spécialiste de l'intelligence économique aurait-il un profil d'un ingénieur, d'un marketer ou d'un militaire ?

Question 4 : (10 points)

« Définir, c'est entourer d'un mur de mots un terrain vague d'idées » (d'après Aldous Huxley). Cette réflexion philosophique correspond-elle à la définition de l'intelligence économique ?

UAE

ENCG – TANGER

Session : Janvier 2015

Epreuve de : Management des exportations

Niveau : 5ème année (S9), option : CI

Durée : 2 heures

Professeur : Mostafa ABAKOUY

NB :

- une copie bien soignée vous rapporte deux points (il est souhaitable de ne pas utiliser le « correcteur »)
- des étudiants ont excellé parce qu'ils l'ont voulu

Bon courage !

Répondre aux deux questions suivantes :

Question 1 (10 points)

Un vrai labyrinthe ou du moins un puzzle pour certains, l'internationalisation des entreprises offre, par contre, des solutions inouïes ou du moins est source de jouvence. Il faut savoir mener un rythme régulier et mesuré de l'articulation de temps et de l'espace. Bref, il faut savoir marcher en cadence. (D'après Mostafa ABAKOUY, 2012)

Commenter.

Question 1 (10 points) : Cas de la société Corolle

La société Corolle est spécialisée dans les poupées et notamment le poupon baigneur. Elle propose une gamme de plus de 150 produits, allant des poupées aux panoplies en passant par les vêtements et accessoires de poupées. Ses produits sont exclusivement vendus chez les spécialistes du jouet et dans les grands magasins.

4 grands principes fondent l'action de la direction :

- la création, conception et fabrication de produits exclusivement haut de gamme à forte valeur ajoutée,
- une écoute attentive des consommateurs c'est à dire des enfants,
- une recherche incessante de créativité et d'innovation,
- une volonté permanente de pénétration et de développement sur les marchés étrangers qui permet une dessaisonalisation de l'activité.

Déjà présente dans 21 pays, Corolle reçoit des distinctions en France et à l'étranger. En 17 ans, Corolle a reçu 11 récompenses à l'exportation et 15 en France.

Dans le cadre de la recherche d'un mode de présence en Europe du nord, trois possibilités sont envisagées :

- vente par l'intermédiaire d'un agent commercial exclusif,
- vente par l'intermédiaire d'un importateur-distributeur,
- création d'un réseau de franchise autour d'un concept centré sur la poupée et ses accessoires.

Le directeur commercial vous précise un certain nombre de contraintes :

- Corolle souhaite contrôler le prix de vente au client final,
- Corolle veut développer une politique de marque,
- Corolle ne souhaite pas financer les stocks de produits à l'étranger,
- Le budget pour les frais de commercialisation sera limité (publicité, documentation),
- Corolle désire développer un volume de ventes régulier.

On vous demande de recenser les avantages et les inconvénients de chaque possibilité envisagée et de choisir celle qui répond le mieux aux contraintes définies par le directeur commercial.

UAE
ENCG – TANGER

Session : Janvier 2014

Epreuve de : Management des exportations

Niveau : 5ème année (S9), option : CI

Durée : 2 heures

Professeur : Mostafa ABAKOUY

NB :

- une copie bien soignée vous rapporte deux points (il est souhaitable de ne pas utiliser le « correcteur »)

- des étudiants ont excellé parce qu'ils l'ont voulu

Bon courage !

L'épreuve comporte quatre questions.

Les deux premières questions sont obligatoires.

L'étudiant (e) doit choisir entre la troisième et la quatrième question.

Question 1 (5 points)

Le fabricant de jouets danois Lego dont la devise est : « Les enfants sont des enfants et ce sont les mêmes partout dans le monde », est devenu une société vraiment internationale en commercialisant ses jouets éducatifs de manière identique dans plus de cent pays. Récemment, Lego s'est cependant trouvé confronté à une dure concurrence avec des produits similaires, meilleur marché, en provenance du Japon, des Etats-Unis et d'autres pays. Aux Etats-Unis où la concurrence est la plus féroce, Tyco, l'un des principaux concurrents commença à emballer ses jouets dans des seaux en plastique qui, après les jeux, pouvaient être utilisés pour le rangement. Cette approche utilitaire contrastait avec les élégants emballages transparents de Lego utilisés dans le monde entier. La direction américaine de Lego sollicita du Danemark l'autorisation d'emballer ses jouets dans des seaux. Le siège rejeta catégoriquement cette demande.

Travail à faire :

1. Quels seraient, selon vous, les arguments du siège pour fonder son refus ?
2. En refusant, quels risques pourrait-il courir ?

Question 2: (5 points)

Le Dr. Tom McDivern, un médecin de New-York, s'est vu offrir un poste de médecin libéral, pour une durée de deux ans, dans un centre urbain en forte croissance en Arabie Saoudite. La plupart des habitants du quartier où il exerce, sont des arrivants récents, venus de bourgades rurales éloignées.

Parce que la médecine occidentale est relativement peu connue de la plupart de ces personnes, une des responsabilités principales du Dr McDivern a été de se présenter, lui et les services qu'il peut rendre à la collectivité. Une réunion à une école de l'endroit a été organisée dans ce but précis. La présentation de Tom s'est bien passée. Quelques habitants du quartier ont expliqué leurs expériences avec la médecine occidentale, de telle sorte que les autres puissent comprendre l'intérêt d'utiliser ce genre de services. Quelques uns des assistants de Tom, étaient présents pour noter les rendez-vous pour ceux qui étaient intéressés de le rencontrer quand il ouvrirait ses portes, dans une semaine. La réunion fut un franc succès. Les prises de rendez-vous étaient telles que sa première journée était complète.

Lorsque ce jour arriva, Tom était très désireux de saluer ses premiers patients. Trente minutes s'étaient écoulées, et aucun de ces deux premiers patients n'était arrivé. Il commençait à se faire du souci sur l'avenir de sa pratique médicale, en se demandant où donc étaient passés ses patients.

Pourquoi les patients de Tom ne seraient-ils pas venus ?

Question 3 (10 points)

En approchant les marchés étrangers, expliquer pourquoi le manager international doit naviguer en permanence entre le global et le local, l'universel et le spécifique, le pluriel et le un.

Question 4 (10 point)

Que vous inspirent les propos suivants ?

Le dirigeant affairiste à l'international apprend, par recul, que c'est en allant d'échecs en échecs et sans perdre son enthousiasme, que l'on obtient de la performance. En faisant son chemin à l'international, il éprouve des valences et compose avec des soubresauts, mais il regarde longuement et avec admiration ses prouesses, particulièrement après avoir ressenti, à des moments donnés qui laisseraient entrevoir une tournure négative, l'amertume due à une éventuelle turbulence, à une sénescence ou carrément à une décadence. (D'après M. ABAKOUY, 2012).

UAE

ENCG - TANGER

Session de rattrapage

Epreuve : Intelligence économique et veille stratégique

Niveau : 5^{ème} année (S9), toutes options **2013**

Durée : 1 heure et demie

Professeur : Mostafa ABAKOUY

NB :

- une copie bien soignée vous rapporte deux points (il est souhaitable de ne pas utiliser le « correcteur »)
- des étudiants ont excellé parce qu'ils l'ont voulu

Bon courage !

Parmi les trois questions suivantes, choisir et répondre à deux seulement :

Question 1 : (10 points)

En exposant son fil informationnel, le chargé d'intelligence économique bute sur plusieurs risques. Comment peut-il s'y prendre ? (Il est souhaitable de répondre sous forme matricielle).

Question 2 : (10 points)

Eu égard aux pays pionniers, le Maroc peut-il asseoir son dispositif d'intelligence économique ?

Question 3 : (10 points)

En intelligence économique, qui espionne qui ?



UAE

ENCG - TANGER

Epreuve de : Intelligence économique & veille stratégique

Niveau : 5ème année (S9)

LMZ

Durée : 2 heures

Professeur : Mostafa ABAKOUCY

NB :

- une copie bien soignée vous rapporte deux points
- des étudiants ont excellé parce qu'ils l'ont voulu

Bon courage !

Parmi les quatre questions suivantes, choisir et répondre à deux seulement :

Question 1 (10 points) :

La transposition du renseignement militaire à l'intelligence économique des organisations : pertinence et limites.

Question 2 (10 points)

L'intelligence économique : ampleur de la clarté et étendue de l'ambiguïté.

Question 3 (10 points)

Aux vues des principes du benchmarking et de la compétition économique, « l'important n'est pas de participer mais de gagner ! ». Expliquer.

Question 4 (10 points)

Comment peut-on situer la politique marocaine d'intelligence économique aux stratégies des pays pionniers ?

UAE

ENCG - TANGER

Epreuve de : Intelligence économique & veille stratégique

Niveau : 5ème année (S9)

2011

Durée : 2 heures

Professeur : Mostafa ABAKOUY

NB : une copie bien soignée vous rapporte deux points

Bon courage !

Répondre (au choix) à quatre parmi les cinq questions suivantes :

Question 1 (5 points)

« ... A froid, il est difficile d'appréhender ce qu'une meilleure connaissance du monde du renseignement peut apporter à l'entreprise. Les servitudes et les obligations d'un chef d'entreprise sont tellement nombreuses et contraignantes que la perspective d'avoir à étudier en plus la notion vague de renseignement paraît un luxe superfétatoire à la limite du snobisme. Consacrer, sinon perdre son temps à l'examen d'un concept aussi lointain, voire suspect, relève pour l'honnête homme de la distraction ! Renseignement, espionnage, tous ces thèmes sont des images floues... Ces sujets relèvent d'ordinaire des loisirs et du cinéma. » (Besson & Possin, 2001). Commenter.

Question 2 (5 points)

L'Intelligence Economique entre universalisme et spécificité.

Question 3 (5 points)

Aux vues des principes du benchmarking et de la compétition économique, « l'important n'est pas de participer mais de gagner ! ». Expliquer.

○

Question 4 (5 points)

L'entreprise alimentaire Kraft (produits frais, chocolat, biscuits, etc.) a utilisé les données obtenues auprès des caisses enregistreuses de ses distributeurs (super et hypermarchés) afin d'optimiser ses méthodes de vente. Grâce à une connaissance particulièrement fine du profil d'achat des clients et des caractéristiques de chaque point de vente, il a été possible de donner aux distributeurs des instructions très précises sur l'assortiment et la disposition idéale des produits, la fréquence et la nature des promotions ou encore sur le niveau de tarifs à appliquer en fonction de la localisation de chaque magasin ou de la date (début ou fin de mois, fêtes de fin d'année, etc.).

Le développement du mini photocopieur par Canon dans les années soixante-dix est un bon exemple de l'utilisation efficace du raisonnement analogique. Le principal obstacle technique à la réduction des coûts exigée par le projet (10 fois moins cher que la concurrence) était la mise au point d'un tambour de développement très bon marché. La solution proposée - une cartouche remplaçable par l'utilisateur - a découlé d'une intuition du chef de projet, Hiroshi Tanaka, qui a demandé à son équipe de s'inspirer de la technologie de fabrication des canettes de soda.

Honda a mis en place des séminaires de créativité afin d'améliorer le management des projets. Les réunions sont généralement organisées en dehors du lieu de travail et tous les employés impliqués dans le projet peuvent y participer, sans conditions de niveau hiérarchique ou de qualification. Ces séminaires ne sont pas uniquement des forums d'expression, mais également et surtout un moyen d'échanger de l'expérience et de renforcer la confiance réciproque entre les participants. Ils permettent de réorienter les schémas de pensée des individus sans que rien ne leur soit imposé.

Les documents, les manuels et les histoires orales aident les individus à structurer leur expérience et à la communiquer aux autres. Général Electric garde trace de toutes les demandes et plaintes formulées par ses clients (plus de 14 000 par jour) et alimente ainsi un logiciel qui recense 1,5 millions de problèmes avec leurs solutions. Ce système comprend une fonction de diagnostic en ligne qui utilise des techniques d'intelligence artificielle afin de fournir des réponses rapides aux opérations téléphoniques du service après vente. Si une solution n'est pas trouvée, une équipe permanente de 12 techniciens de haut niveau propose une réponse sur-mesure, qui est à son tour introduite dans la base de données. De plus, les équipes chargées du développement des nouveaux produits doivent passer suffisamment de temps avec les opérateurs téléphoniques et les 12 experts pour assurer l'actualisation des connaissances.

Questions :

- De quelle manière les entreprises ci-haut ont-elles géré la spirale d'interactions entre savoir tacite et savoir explicite ?
- En quoi le savoir tacite influe-t-il sur l'avantage concurrentiel ?
- La spirale de création du savoir doit-elle commencer par l'étape de socialisation ?

Question 5 (5 points)

Quels commentaires peuvent susciter les propos ci-après ?

« L'intelligence économique est fille du désarroi dans lequel ont été plongés, à la fin du siècle dernier, certains gestionnaires des grandes organisations socio-économiques publiques ou privées face aux ruptures induites par les bouleversements technologiques (TIC, biotechnologies...), économiques (globalisation de la production et des échanges), sociétaux (nouvelles règles de gouvernance, réticularisation des systèmes socio-économiques). Ce désarroi peut être attribué, au moins en partie, aux sciences de gestion elles-mêmes en ce qu'elles revêtent un caractère assez largement autoréférent. Un tel mode de production des connaissances est particulièrement adapté à la généralisation et à la normalisation de méthodes efficaces dans un univers stable ou en croissance régulière ; il l'est moins dans un contexte de ruptures multiples et profondes où des problèmes radicalement nouveaux surgissent et où les réponses ne peuvent apparaître que progressivement, au terme d'un processus d'essais-erreurs mobilisant des champs de connaissance multiples et nécessitant des temps d'expérimentation prolongés.

C'est sur cette caractéristique de la littérature managériale que s'est ancrée l'intelligence économique, conglomérat hétéroclite et instable de recettes, de techniques, de métaphores, d'applications ... dont la caractéristique majeure est de ne pas se laisser appréhender au travers des habituels cadres disciplinaires de l'université. Tout effort de définition synthétique et périlleux a de fortes chances de ne pas saisir la multiplicité foisonnante des champs couverts et des moyens sollicités ».

(D'après Didier Danet, L'intelligence économique : de l'Etat à l'entreprise, Les Cahiers du numérique, 2002/1, vol. 3)

100 000 USD

USD





Université Abdelmalek Essaâdi
Ecole Nationale de Commerce et de Gestion
Adresse : B.P.1255 Tanger Principal - Maroc. Fax : 039 31-34-93
Tel : 05 39 31 34 87 / 88 / 89 Fax: 05 39 31-34-93
Site web : www.encgt.ma

EXAMEN DE FIN DE SEMESTRE
SEMESTRE D'AUTOMNE
Session normale - Décembre 2019

Épreuve : Progiciels de Gestion Intégrée
Enseignant : M. A. SALAHDDINE
Niveau : 5ème année – Semestre 9
Jour/Date : Mercredi 25/12/2019 à 15h
Durée : 2 h

Traiter les questions suivantes :

- 1/ Quels sont les principes mis en œuvre dans un ERP ?
GE *PME* *Open source*
- 2/ Comparez les trois offres ERP suivantes : SAP Business Suite ; SAGE X3 et COMPIERE
assistance technique
- 3/ Comment réussir les changements escomptés de la mise en place d'un ERP ?

Clés de réussite



Université Abdelmalek Essaadi

Ecole Nationale de Commerce et de Gestion

Adresse : B.P.1255 Tanger Principal - Maroc. Fax : 039 31-34-93

Tel : 05 39 31 34 87 / 88 / 89 Fax : 05 39 31-34-93

Site web : www.encgt.ma

EXAMEN DE FIN DE SEMESTRE

SEMESTRE D'AUTOMNE

Session Normale - Décembre 2018

Épreuve : Progiciels de Gestion Intégrée
Enseignant : M. A. SALAHDDINE
Niveau : 5ème année – Semestre 9
Jour/Date : Mercredi 26/12/2018 à 15h
Durée : 2 h

Traiter les sujets suivants :

1/ Organisations et acceptation des ERP

3

2/ Analyser les relations BPR – Organisations et BPR - ERP.

3

3/ Développer les principales caractéristiques de la nouvelle génération des ERP (ERP « 2.0 »).

2

Bonne Chance



Université Abdelmalek Essaâdi

Ecole Nationale de Commerce et de Gestion

Adresse : B.P.1255 Tanger Principal - Maroc. Fax : 039 31-34-93

Tel : 05 39 31 34 87 / 88 / 89 Fax: 05 39 31-34-93

Site web : www.encgt.ma

10,00

EXAMEN DE FIN DE SEMESTRE

SEMESTRE D'AUTOMNE

Session Normale - Janvier 2017

Épreuve : Progiciels de Gestion Intégrée
Enseignant : M. A. SALAHDDINE
Niveau : 5ème année – Semestre 9
Jour/Date : Jeudi 05/01/2017 à 15h
Durée : 2 h

Traiter les questions suivantes :

- 1/ Présenter les principales caractéristiques d'un ERP
- 2/ Analyser l'offre ERP sur le marché
- 3/ Discuter la relation ERP - Organisation

Regroupe intégré
(cont. opérationnel)

Programme
Pratique
Système
S'adapte à
P-ERP
ERP Spécifique
- 1. Système prog.
- Adapter interface ERP
par e/le
maître
maître



Université Abdelmalek Essaâdi

Ecole Nationale de Commerce et de Gestion

Adresse : B.P.1255 Tanger Principal - Maroc. Fax : 039 31-34-93

Tel : 05 39 31 34 87 / 88 / 89 Fax: 05 39 31-34-93

Site web : www.encgt.ma

40/100

EXAMEN DE FIN DE SEMESTRE

SEMESTRE D'AUTOMNE

Session Normale - Décembre 2017

Épreuve : Progiciels de Gestion Intégrée
Enseignant : M. A. SALAHDDINE
Niveau : 5ème année – Semestre 9
Jour/Date : Jeudi 21/12/2017 à 15h
Durée : 2 h

Traiter au choix un des sujets suivants :

1/ Discuter le choix d'une solution ERP. Et comment faire le bon choix ?

2/ L'ERP est une technologie structurée ou structurante ?



Université Abdelmalek Essaâdi

Ecole Nationale de Commerce et de Gestion

Adresse : B.P.1255 Tanger Principal - Maroc. Fax : 039 31-34-93

Tel : 05 39 31 34 87/ 88/ 89 Fax: 05 39 31-34-93

Site web : www.encgt.ma

EXAMEN DE FIN DE SEMESTRE

SEMESTRE D'AUTOMNE

Session Normale – Décembre 2017

Épreuve	: Simulation
Enseignant	: M. REGHIOUI
Niveau	: 5ème année – Semestre 9
Jour/Date	: Lundi 25/12/2017 à 14h
Durée	: 1h00

NB : You must put on your examination paper your Arena model, and indicate at each time the parameters changed of each block and the general variables and tables used (Entities, Ressources,...).

Exercise 1: (10 points)

Customers arrive, with inter-arrival times distributed as $EXPO(7)$ – all times are in minutes – at a small service center that has two servers, each with a separate queue. Arriving customers join the shortest queue. The service times are $EXPO(9.8)$ and $EXPO(9.5)$ for Servers 1 and 2, respectively. 20% of customers that finish with Server 2 are sent back to Server 1 with a time $EXPO(4)$.

- Develop a model for this system using modules from the basic process panel
- What are the most relevant KPIs to display for this system?

Exercise 2: (10 points)

A proposed production system consists of five serial automatic workstations. The processing times at workstations are constant: 11, 10, 11, 11, and 12 (all times given in this problem are in minutes). The part interarrival times are $UNIF(13,15)$. There is an unlimited buffer in front of all workstations, and we will assume that all transfer times are negligible or zero. The unique aspect of this system is that at workstations 2 through 5 there is a chance that the part will need to be reprocessed by the workstations that precedes it. For example, after completion at workstation 2, the part can be sent back to the queue in front of workstation 1. The probability of revisiting a workstation is independent in that the same part could be sent back many times with no change in the probability. At present, it is estimated that this probability, the same for all four workstations, will be between 5 % and 10 %.

- Develop the simulation model and give at least three performance indicators to judge the system efficiency

Good Luck....



Université Abdelmalek Essaâdi

Ecole Nationale de Commerce et de Gestion

Adresse : B.P.1255 Tanger Principal - Maroc. Fax : 039 31-34-93

Tel : 05 39 31 34 87/ 88/ 89 Fax: 05 39 31-34-93

Site web : www.encgt.ma

EXAMEN DE FIN DE SEMESTRE
SEMESTRE D'AUTOMNE
Session Normale - Janvier 2016

Épreuve : AUDIT MARKETING
Enseignant : Nouredine AMINE
Niveau : DENC G - 5ème année – Semestre 9
Durée : 2H

Cours (6points)

1. Un audit marketing est un examen complet, systématique, indépendant et périodique... Expliquez les éléments-clés de cette définition
2. Rappelez le contenu d'un audit marketing
3. La différence entre audit et contrôle

Exercice 1 (7pts)

Pour examiner son chiffre d'affaires, le contrôleur de l'entreprise utilise l'analyse des ventes comme outil d'analyse. Dans la période étudiée, le budget des ventes élaboré est de 8 000 unités au prix de 10 l'unité. A la fin de la même période, les réalisations affichées sont de 48 000 comme chiffre d'affaires au prix moyen unitaire de 8.

1. Calculez l'écart de chiffre d'affaires
2. Calculez l'écart de prix
3. Calculez l'écart de volume

Exercice 2 (7pts)

Le chiffre d'affaires d'une entreprise a évolué en 4 ans comme suit :

Trimestre \ Année	1	2	3	4
1	500	600	700	575
2	525	675	750	650
3	550	725	850	700

Le calcul des paramètres de la droite d'ajustement a donné : ($a=20$ et $b=500$)

1. Calculez les valeurs ajustées
2. Déterminez les coefficients saisonniers.
3. Donnez les prévisions des ventes pour l'année suivante

ANCUN DOCUMENT N'EST AUTORISE