



UNIVERSITE ABDELMALEK ESSAADI
Ecole Nationale de Commerce et de Gestion
National School of Management

Tél.: 039-31-34-87/88/89, Fax: 039-31-34-93, Adresse: B.P 1255 Tanger- Maroc

EXAMEN
SESSION MAI 2021

EPREUVE DE : Marketing Stratégique
NIVEAU : 3ème année / semestre 6
RESPONSABLE : Mme S. MARSO
DUREE : 1 H 30
DATE : 07-06-2021

QUESTION 1 (8 Points)

« Les distributeurs, autrefois intermédiaires passifs, sont devenus aujourd'hui des entrepreneurs à part entière qui ont découvert le marketing stratégique. Ceci se traduit par des stratégies de différenciation des enseignes et par un développement des marques propres (MDD) basé sur des segmentations fines du marché ». (J. J. Lambin)

A partir de cette citation et de vos connaissances en marketing des distributeurs, répondez aux questions suivantes :

1. Quelles sont les modalités mises en œuvre par les entreprises de distribution pour acquérir et consolider leurs compétences marketing et répondre ainsi aux défis concurrentiels qu'elles doivent actuellement relever ?
2. Quels sont les facteurs qui expliquent l'évolution des stratégies des marques des distributeurs (MDD) et Quelles sont les implications de cette évolution sur la relation producteurs - distributeurs ?

QUESTION 2 (6 points)

« L'innovation apporte une valeur ajoutée à l'entreprise mais elle reste une activité très risquée. Ce risque est évalué en fonction du degré d'originalité de l'innovation, du degré de maîtrise de la technologie et du degré de nouveauté pour l'entreprise ».

Sur la base de cette citation et de vos connaissances, expliquez :

1. Les concepts clés de cette citation ?
2. Comment l'innovation peut être un facteur clé de différenciation et de dynamisme pour les entreprises ?

QUESTION 3 (6 points)

Faites une comparaison entre « Orientation – marketing », « Orientation – clients » et « Orientation – marché », en mettant en évidence les implications de chaque orientation sur l'organisation et les responsabilités de la fonction marketing dans l'entreprise ?