

Les grandes fonctions de l'entreprise

Marketing – Approche stratégique

Ce cours vous est proposé par Christophe FOURNIER, Maître de conférences à IAE Montpellier, Université de Montpellier, et par AUNEGe, l'Université Numérique en Économie Gestion.

Quiz

- 1. Quelles sont les trois stratégies marketing génériques identifiées ?**
 - a. Globalisation, concentration, différenciation
 - b. Segmentation, ciblage, positionnement
 - c. Produit, prix, communication
 - d. Innovation, standardisation, diversification
- 2. Quel est l'un des principaux avantages de la stratégie de globalisation ?**
 - a. Une spécialisation accrue de l'entreprise
 - b. Des coûts de production réduits grâce aux économies d'échelle
 - c. Une meilleure adaptation aux besoins spécifiques de chaque segment
 - d. Une grande flexibilité dans la personnalisation de l'offre
- 3. En marketing, qu'est-ce qu'un bon segment de marché ?**
 - a. De taille suffisante, homogène et mesurable
 - b. Difficilement identifiable et très exclusif
 - c. Accessible uniquement par des actions de communication intensives
 - d. Définissable uniquement en fonction du prix
- 4. Quel est le rôle du marketing mix dans une stratégie marketing ?**
 - a. Définir le budget marketing global
 - b. Fixer uniquement le prix du produit
 - c. Organiser l'offre autour des 4P : Produit, Prix, Communication, Distribution
 - d. Déterminer les ressources humaines nécessaires pour la stratégie
- 5. Pourquoi la différenciation peut-elle être une stratégie efficace ?**
 - a. Elle permet de proposer une offre unique qui se distingue de la concurrence

- b. Elle réduit automatiquement les coûts de production
- c. Elle est toujours moins risquée que les autres stratégies
- d. Elle garantit un volume de vente plus élevé que la concentration

Références

Comment citer ce cours ?

Les grandes fonctions de l'entreprise - Marketing, Christophe FOURNIER, AUNEGe (<http://auneg.fr>), CC – BY NC ND (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).



Cette œuvre est mise à disposition dans le respect de la législation française protégeant le droit d'auteur, selon les termes du contrat de licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>). En cas de conflit entre la législation française et les termes de ce contrat de licence, la clause non conforme à la législation française est réputée non écrite. Si la clause constitue un élément déterminant de l'engagement des parties ou de l'une d'elles, sa nullité emporte celle du contrat de licence tout entier.