

MASTERS SPECIALISÉ : MANAGEMENT DE L'INFORMATION EN INTELLIGENCE ECONOMIQUE ET LOGISTIQUE
(M.I.E.L.)

Travail à faire : Répondre de manière exhaustive à l'intégralité des questions suivantes en sélectionnant la réponse correcte de manière exclusive à partir de la grille nominative fournie.

1. Quel concept marketing se réfère à l'ensemble des actions entreprises pour influencer positivement la perception des consommateurs envers une marque ?
 - a) Stratégie de prix
 - b) Gestion de la chaîne d'approvisionnement
 - c) Gestion de la réputation de la marque
 - d) Aucune de ces réponses
2. Quelle est l'étape du processus marketing qui consiste à analyser les besoins des consommateurs et à décider comment un produit ou un service peut satisfaire leurs besoins ?
 - a) La planification marketing
 - b) La segmentation du marché
 - c) La promotion
 - d) Aucune de ces réponses
3. Le marketing indifférencié consiste à :
 - a) Cibler un segment rentable d'un produit
 - b) Proposer le même produit à tout le marché
 - c) Proposer plusieurs produits à un seul marché
 - d) Aucune de ces réponses
4. Quelle étape du cycle de vie d'un produit se caractérise par une augmentation rapide des ventes et des bénéfices ?
 - a) Lancement
 - b) Croissance
 - c) Maturité
 - d) Déclin
5. On étudie le cycle de vie d'un produit :
 - a) Car les besoins des consommateurs évoluent
 - b) Pour adopter les stratégies à chaque phase
 - c) Car les forces de l'entreprise changent
 - d) Aucune de ces réponses
6. Qu'est-ce que le positionnement en marketing ?
 - a) La manière dont un produit est fabriqué
 - b) La perception qu'un client a d'une marque ou d'un produit par rapport à ses concurrents
 - c) Le coût de production d'un produit
 - d) Aucune de ces réponses
7. Quelle stratégie marketing vise à fixer des prix élevés pour un produit ou un service de haute qualité afin de renforcer son image de la marque ?
 - a) Stratégie de pénétration du marché
 - b) Stratégie de développement de marché
 - c) Stratégie de différenciation
 - d) Aucune de ces réponses
8. Quel concept marketing se réfère à l'ensemble des coûts et des avantages associés à un produit ou à un service tout au long de son cycle de vie ?
 - a) Coût total de possession (TCO)
 - b) Retour sur investissement (ROI)
 - c) Marge bénéficiaire
 - d) Aucune de ces réponses
9. Quelle stratégie de distribution implique la vente d'un produit par l'intermédiaire de ?
 - a) Distribution directe
 - b) Distribution exclusive
 - c) Distribution intensive
 - d) Aucune de ces réponses
10. Quelle méthode de recherche consiste à interroger un petit groupe de personnes sur un sujet spécifique ?
 - a) Sondage en ligne
 - b) Entretien individuel
 - c) Focus groupe
 - d) Aucune de ces réponses
11. Quelle analyse étudie l'environnement externe de l'entreprise ?
 - a) Analyse SWOT
 - b) Analyse PESTEL
 - c) Analyse des concurrents
 - d) Aucune de ces réponses
12. Qu'est-ce que l'analyse PESTEL dans le cadre d'une étude de marché ?
 - a) Une analyse des besoins des consommateurs
 - b) Une analyse des tendances du marché
 - c) Une analyse des facteurs de l'environnement externe de l'entreprise
 - d) Aucune de ces réponses
13. La SWOT est :
 - a) Un outil d'analyse du comportement
 - b) Un outil quantitatif de décision
 - c) Un outil de diagnostic de situation
 - d) Aucune de ces réponses
14. Qu'est-ce qu'un échantillon probabiliste dans le cadre d'une étude de marché ?
 - a) Un échantillon choisi de manière aléatoire, chaque élément de la population a une chance d'y être inclus.
 - b) Un échantillon sélectionné en fonction de critères spécifiques prédéterminés.
 - c) Un échantillon qui ne repose que sur l'intuition du chercheur.

16. Quel est l'objectif principal du contrôle de gestion ?
 a) Évaluer la performance financière
 b) Contrôler les dépenses personnelles des employés
 c) Analyser les tendances du marché
 d) Contrôler les dépenses personnelles des dirigeants
17. Quel est l'objectif principal du contrôle de gestion ?
 a) Évaluer la performance financière
 b) Contrôler les dépenses personnelles des employés
 c) Analyser les tendances du marché
 d) Contrôler les dépenses personnelles des dirigeants
18. Quel est l'objectif principal du contrôle de gestion ?
 a) Évaluer la performance financière
 b) Contrôler les dépenses personnelles des employés
 c) Analyser les tendances du marché
 d) Contrôler les dépenses personnelles des dirigeants
19. Quel est l'objectif principal du contrôle de gestion ?
 a) Évaluer la performance financière
 b) Contrôler les dépenses personnelles des employés
 c) Analyser les tendances du marché
 d) Contrôler les dépenses personnelles des dirigeants
20. Quel est l'objectif principal du contrôle de gestion ?
 a) Évaluer la performance financière
 b) Contrôler les dépenses personnelles des employés
 c) Analyser les tendances du marché
 d) Contrôler les dépenses personnelles des dirigeants

21. Quel est l'objectif de la planification stratégique dans le contrôle de gestion ?
 a) Déterminer le menu du restaurant
 b) Élaborer une vision à long terme de l'entreprise
 c) Planifier les vacances des employés
 d) Suivre les réseaux sociaux de l'entreprise
22. Quel est le rôle de la comptabilité de gestion dans le contrôle de gestion ?
 a) Encaisser les paiements des clients
 b) Enregistrer les transactions financières de l'entreprise
 c) Calculer les impôts
 d) Fournir des informations pour la prise de décision et la gestion
23. Quelle est la principale différence entre le contrôle de gestion et le contrôle financier ?
 a) Le contrôle financier se concentre sur les coûts, tandis que le contrôle de gestion se concentre sur les revenus
 b) Le contrôle financier se fait en interne, tandis que le contrôle de gestion est effectué par des organismes gouvernementaux
 c) Le contrôle financier est axé sur les aspects légaux, tandis que le contrôle de gestion est axé sur la performance et la prise de décision
 d) Le contrôle financier est exclusivement orienté vers les petites entreprises
24. Qu'est-ce qu'un indicateur de performance (KPI) dans le contrôle de gestion ?
 a) Une clé pour ouvrir les portes de l'entreprise
 b) Un outil de gestion utilisé pour mesurer et évaluer la réalisation des objectifs
 c) Un élément de divertissement pour les employés
 d) Un logiciel de traitement de texte
25. Quel est l'objectif de la gestion budgétaire dans le contrôle de gestion ?
 a) Planifier les fêtes d'entreprise
 b) Suivre les dépenses personnelles des dirigeants

www

MASTER SPECIALISE MANAGEMENT OF INFORMATION TECHNOLOGY
 EXAMEN DE LA MATIÈRE : STRATÉGIE D'ENTREPRISE

EN 11113

- a) Définir les axes de l'infogestion, à savoir les objectifs de l'entreprise
- a) Acheter des actions de l'entreprise
26. Une entreprise au Maroc fabrique des vêtements et a des coûts fixes mensuels de 10 000 dirhams. Chaque produit vendu génère un bénéfice unitaire de 5 dirhams. Quel est le nombre minimum de produits que l'entreprise doit vendre pour atteindre son seuil de rentabilité en dirhams ?
- 2 000 produits
 - 5 000 produits
 - 10 000 produits
 - 20 000 produits
27. Une entreprise au Maroc avait prévu un budget de vente de 50 000 dirhams pour le mois de janvier, mais elle n'a réalisé que 45 000 dirhams de ventes réelles. Quel est l'écart budgétaire en termes de ventes pour ce mois ?
- Un écart favorable de 5 000 dirhams
 - Un écart défavorable de 5 000 dirhams
 - Un écart favorable de 50 000 dirhams
 - Un écart défavorable de 45 000 dirhams
28. Une entreprise au Maroc a réalisé un bénéfice net de 40 000 dirhams au cours de l'année et a généré un chiffre d'affaires de 200 000 dirhams. Quel est le ratio de marge bénéficiaire de l'entreprise en dirhams marocains ?
- 20%
 - 25%
 - 40%
 - 50%
29. Ayoub is a young entrepreneur who sells beauty products based on argan oil in the women's cooperative in his village. Until then, he plans production, sales and anticipates crisis situations. His strategy is:
- a strategy as a plan;
 - a strategy as a model;
 - a deliberate strategy;
 - an emerging strategy.
30. In a bureaucratic type organization, the human resources management model would be based on:
- Informal distribution of work
 - Flexibility and autonomy
 - Control and respect for hierarchy
 - Informal employee evaluation practices
31. A competitive advantage must be:
- unstable and easily reproducible to be created by the action of competitors. The evolution of the economic environment does not make it obsolete;
 - sustainable, cannot be copied, substituted or eroded by the action of competitors. The evolution of the economic environment makes it not obsolete;
 - sustainable and can be copied, substituted or eroded by the action of competitors. The evolution of the economic environment makes it not obsolete;
 - sustainable, cannot be copied, substituted or eroded by the action of competitors. The evolution of the economic environment does not make it obsolete;
32. What type of compensation strategy is adopted by a company that adopts a so-called globalization business strategy?
- Paternalistic allocation
 - Remuneration linked to productivity
 - compensation linked to return on investment
 - Remuneration linked to the achievement of various planned objectives
33. A good delegation of tasks would be:
- Give a mission, monitor its completion and correct if necessary
 - Give instructions and let the employee find solutions
 - Give the employee a mission and do it for them if necessary
34. What is expatriation ?
- Detach an employee from their role to assign them a mission in a subsidiary of the same company based abroad
 - Recruit a new local employee to manage a foreign sector
 - Call on a consultant to support the company in its internationalization strategy
 - Ask an employee to carry out a mission in a subsidiary abroad while keeping their position at the parent company and traveling back and forth.
35. One of the following statements regarding CSR (Corporate Social Responsibility) is correct. Identify it:
- CSR takes into consideration social issues in philanthropic actions;

- b) CSR refers to consideration social and environmental issues in operation of decisions only;
 c) CSR takes into consideration social and environmental issues in strategic and operational decisions;
 d) CSR is the act of sponsoring the football club in your neighborhood.
36. Human relations theory well encourages:
 a) The dimension of group cohesiveness and overall coherence within a team;
 b) The scientific organization of work;
 c) Managers to detach themselves from the emotional and affective factors of their employees;
 d) Failure to consider man in an industrial work situation.
37. The strategic action is:
 a) An action that creates the potential of the company and answers the questions of "how do we sell our products?" and "how can we reduce production costs?";
 b) An action that creates the potential of the company and concerns a single specific function such as marketing or human resources management;
 c) An action that creates the potential of the company and concerns the entire company with long-term decisions;
 d) An action that creates the potential of the company and at the same time seeks to optimize resources.
38. Ryanair is an airline company that adopts a strategy of:
 a) Cost dominance;
 b) Differentiation;
 c) Stuck in the middle.
39. Why should a company go for differentiation?
 a) The markets in which it operates are saturated;
 b) Its market is narrow and has many customers;
 c) The markets targetted are not sufficiently exploited;
 d) Because it is in an oligopoly situation.
40. I am on the tram and I see a billboard advertising an internet subscription offer for students. What I kept in my mind is that this is the most interesting offer for me. We call this:
 a) Selective attention;
 b) Selective distortion;
 c) Selective retention;
 d) None of the three.
41. En cas de deux nombres important de valeurs observées dans l'ensemble de données, la valeur moyenne la plus représentative est:
 a) Moyenne
 b) Mode
 c) Médiane
 d) Étendu
42. Une façon de mesurer l'écart consiste à calculer la différence entre le troisième et le premier quartile. Cette mesure est appelée:
 a) L'intervalle interquartile
 b) Le quartile médian
 c) Le quartile différentiel
 d) L'écart
43. Une méthode d'utilisation d'échantillons pour estimer les paramètres de population est connue sous le nom de:
 a) Interférence statistique
 b) Inférence statistique
 c) Statistique mathématique
 d) Statistiques bayésiennes
44. La moyenne des moyennes de l'échantillon est:
 a) Un estimateur biaisé de la population
 b) Un estimateur non biaisé de la moyenne de la population
 c) Ni partial, ni impartial
 d) Un estimateur inefficace
45. Pour mesurer les variables classées, le coefficient de corrélation suivant est utilisé:
 a) Pearson
 b) Spearman's
 c) Fisher's
 d) Le Khi Deux
46. La formule la plus couramment utilisée pour décrire la relation linéaire est:
 a) $\hat{y} = b_0 + b_1x + b_2x^2$
 b) $\hat{y} = b_0 + b_1x^2$
 c) $\hat{y} = b_0 + b_1x$
 d) $y = \ln(b_0 + b_1x)$
47. Une autre expression pour la variance constante est:
 a) Leptokurtic
 b) Homoscédasticité
 c) Hétéroscédasticité
 d) Covariance
48. Si une valeur est manquante dans une série chronologique, nous pouvons effectuer l'une des opérations suivantes:

MASTER SPECIALISE : MANAGEMENT DE L'INFORMATION EN INTELLIGENCE ECONOMIQUE ET LOGISTIQUE
 (M.I.E.L.)

- a) Il suffit de copier la valeur précédente
 b) L'estimer comme une moyenne entre deux valeurs voisines
 c) Prendre la moyenne globale comme meilleure estimation de celle-ci
 d) Ignorer-le
49. L'une des classifications des séries chronologiques est qu'elles peuvent être soit
 a) Catégorique ou ordinal
 b) Stationnaire ou non stationnaire
 c) Inflationniste ou non inflationniste
 d) Linéaire ou non linéaire
50. Un autre nom pour la méthode de régression est :
 a) Méthode linéaire
 b) Méthode multivariée
 c) Méthode des séries chronologiques
 d) Méthode causale
51. L'indice des prix à la consommation (IPC) se situe dans la catégorie :
 a) Un index simple
 b) Un index agrégé
 c) Un indice inflationniste
 d) Un indice composite
52. Le lissage exponentiel est
 a) Une méthode pour utiliser des exposants numériques pour lisser la série chronologique
 b) Une des méthodes de prévision
 c) Une méthode de test de linéarité
 d) Une méthode de correction d'erreur
53. Les ratios sont comme des :
 a) Échelles nominales avec les parenthèses
 b) Échelles ordinales avec rapports ajoutés
 c) Échelles d'intervalle à vrai zéro point
 d) Échelles métriques
54. Quelle méthode de nettoyage des données est suggérée lors de la première étape de sélection des données pour un ensemble de données sans valeurs aberrantes :
 a) Aucune méthode de nettoyage des données n'est suggérée lors du dépiplage.
 b) Z-Score et nuage de points uniquement.
 c) Z-Score mais seulement à la fin de l'analyse.
 d) Un outil graphique tel qu'un nuage de points.
55. Si, pour un ensemble de données, la médiane et le deuxième quartile sont identiques, que peut-on dire des données :
 a) Le jeu de données a une distribution normale.
 b) L'ensemble de données est parfaitement symétrique.
 c) La médiane et le deuxième quartile sont « à gauche » parce qu'ils sont équivalents.
 d) La médiane et le deuxième quartile sont les mêmes parce qu'ils sont équivalents, et ne disent rien de plus sur l'ensemble de données.
56. En comparant la variance et l'écart-type, laquelle des affirmations suivantes est vraie ?
 a) La variance et l'écart-type expriment tous deux une indication de dispersion, mais ne sont utilisés que pour les valeurs de données négatives et positives, respectivement.
 b) L'écart-type est utilisé pour mesurer la différence entre les valeurs maximales et minimales d'un ensemble de données.
 c) L'écart-type est préférable à la variance car il peut traiter à la fois des valeurs de données très grandes et très petites, tandis que la variance a tendance à amplifier des valeurs de données particulièrement grandes.
 d) La variance est préférable à l'écart-type car elle n'est pas sujette aux erreurs.
57. Les histogrammes sont souvent en concurrence avec les nuages de points ; Laquelle des affirmations suivantes est vraie ?
 a) Les histogrammes sont meilleurs que les nuages de points mais ne peuvent pas être normalisés.
 b) Les histogrammes sont particulièrement adaptés aux ensembles de données catégorisés, montrant ainsi la distribution, tandis que les nuages de points sont plus adaptés à la visualisation des grappes et des valeurs aberrantes.
 c) Les nuages de points sont meilleurs que les histogrammes mais ne peuvent pas être normalisés.
 d) Les nuages de points sont souvent préférables pour les données fortement groupées.
58. L'analyse des moments statistiques comme la moyenne et la variance est non faisable :
 a) Pour les variables métriques
 b) Pour les variables qualitatives
 c) Pour les variables continues

60. Soit $f(x) = x^2 + 2x + 1$.
 61. Soit $f(x) = x^2 + 2x + 1$.
 62. Soit $f(x) = x^2 + 2x + 1$.
 63. Soit $f(x) = x^2 + 2x + 1$.

64. Soit $f(x) = x^2 + 2x + 1$.
 65. Soit $f(x) = x^2 + 2x + 1$.
 66. Soit $f(x) = x^2 + 2x + 1$.

67. Soit $f(x) = x^2 + 2x + 1$.
 68. Soit $f(x) = x^2 + 2x + 1$.
 69. Soit $f(x) = x^2 + 2x + 1$.
 70. Soit $f(x) = x^2 + 2x + 1$.

71. Soit $f(x) = x^2 + 2x + 1$.
 72. Soit $f(x) = x^2 + 2x + 1$.
 73. Soit $f(x) = x^2 + 2x + 1$.
 74. Soit $f(x) = x^2 + 2x + 1$.

75. Soit $f(x) = x^2 + 2x + 1$.
 76. Soit $f(x) = x^2 + 2x + 1$.
 77. Soit $f(x) = x^2 + 2x + 1$.
 78. Soit $f(x) = x^2 + 2x + 1$.

79. Soit $f(x) = x^2 + 2x + 1$.
 80. Soit $f(x) = x^2 + 2x + 1$.
 81. Soit $f(x) = x^2 + 2x + 1$.
 82. Soit $f(x) = x^2 + 2x + 1$.

83. Soit $f(x) = x^2 + 2x + 1$.
 84. Soit $f(x) = x^2 + 2x + 1$.
 85. Soit $f(x) = x^2 + 2x + 1$.
 86. Soit $f(x) = x^2 + 2x + 1$.

87. Soit $f(x) = x^2 + 2x + 1$.
 88. Soit $f(x) = x^2 + 2x + 1$.
 89. Soit $f(x) = x^2 + 2x + 1$.

90. Soit $f(x) = x^2 + 2x + 1$.
 91. Soit $f(x) = x^2 + 2x + 1$.
 92. Soit $f(x) = x^2 + 2x + 1$.
 93. Soit $f(x) = x^2 + 2x + 1$.

94. Soit $f(x) = x^2 + 2x + 1$.
 95. Soit $f(x) = x^2 + 2x + 1$.
 96. Soit $f(x) = x^2 + 2x + 1$.
 97. Soit $f(x) = x^2 + 2x + 1$.
 98. Soit $f(x) = x^2 + 2x + 1$.
 99. Soit $f(x) = x^2 + 2x + 1$.
 100. Soit $f(x) = x^2 + 2x + 1$.

MASTER SPECIALISE : MANAGEMENT DE L'INFORMATION EN INTELLIGENCE ECONOMIQUE ET LOGISTIQUE
(M.I.E.L.)

74. Quelle est la principale utilité d'un schéma de base de données ?
a. Stocker les données de manière efficace.
b. Organiser la structure de la base de données, y compris les tables, les colonnes et les relations.
c. Créer des rapports et des graphiques à partir des données.
d. Fournir des outils de sécurité pour la base de données.
75. Qu'est-ce qu'une clé primaire dans une base de données relationnelle ?
a. Un champ qui peut avoir des valeurs en double.
b. Un champ qui identifie de manière unique chaque enregistrement dans une table.
c. Un champ qui stocke des données textuelles.
d. Un champ qui n'a aucune importance dans la conception d'une base de données.
76. Quelle est la différence entre une clé primaire (primary key) et une clé étrangère (foreign key) ?
a. Une clé primaire identifie de manière unique chaque enregistrement dans une table, tandis qu'une clé étrangère est une clé alternative.
b. Une clé primaire est une clé unique dans une table, tandis qu'une clé étrangère est une clé unique dans une autre table qui fait référence à la clé primaire.
c. Une clé primaire est facultative, tandis qu'une clé étrangère est obligatoire.
d. Une clé primaire est composée de plusieurs colonnes, tandis qu'une clé étrangère est composée d'une seule colonne.
77. Quelle est la langue de requête standard utilisée pour interagir avec les bases de données relationnelles ?
a. JavaScript
b. HTML
c. SQL
d. Python
78. Quelle opération SQL permet de récupérer des données à partir d'une table en fonction d'une condition spécifique ?
a. SELECT
b. INSERT
c. UPDATE
d. DELETE
79. Quelle est la fonction de la clause "GROUP BY" dans une requête SQL ?
a. Tri des résultats par ordre alphabétique.
b. Regroupement des lignes en fonction des valeurs d'une colonne spécifique.
c. Suppression des doublons dans les résultats.
d. Sélection de toutes les colonnes dans la table.
80. Quelle est la fonction de la clause "ORDER BY" dans une requête SQL ?
a. Sélectionner toutes les colonnes d'une table.
b. Regrouper les résultats en fonction d'une colonne spécifiée.
c. Trier les résultats en fonction d'une ou plusieurs colonnes.
d. Supprimer des lignes de la table.