



3- Les facteurs coût : l'homogénéisation de la demande et l'ouverture des marchés, ont induit l'augmentation des volumes produits par les entreprises, ce qui a fait baisser les coûts de production à travers la réalisation des économies d'échelle, des effets d'expérience, et l'accès à la main d'œuvre à bas salaire.

4- Internationalisation de la concurrence : l'entreprise doit s'extraire des dimensions nationales, - alors mais, le monde constitue un marché potentiel à acquies, (1,25)

5. Les ressources dont dispose l'entreprise, déterminent dans une large mesure sa force et/ou sa faiblesse, dans ce sens, traitez dans une dissertation les questions suivantes : A- Quelles sont leurs caractéristiques ? C- Comment reconnaître les ressources qui sont susceptible de conférer un avantage concurrentiel pour l'entreprise ? (06 points)

Introduction (1,75)

Développement :

A- Les caractéristiques des ressources de l'entreprise :

- L'entreprise mobilise plusieurs ressources pour la production d'un seul produit;

- La même ressource peut être utilisée pour la production de plusieurs produits;

- Les ressources de l'entreprise sont inhérentes (spécifiques) à l'entreprise qui les développe;

- La croissance interne ou externe de l'entreprise, ne peut pas être envisagée en dehors des ressources dont elle dispose.

B- les ressources, source d'avantage concurrentiel pour l'entreprise sont des :

- Ressource valorisable : permet à l'entreprise de saisir une opportunité ou éviter une menace;

- Ressource rare : seulement un nombre limité d'entreprises possèdent la ressource en question;

- Ressource ne peut pas être imitée : Les entreprises ne peuvent pas imiter ou reproduire facilement la ressource;

- Ressource non-substituable : si l'entreprise ne réussit pas à imiter la ressource, elle tentera de la substituer par une autre, mais, les ressources source d'avantage concurrentiel, non sont pas substituables;

- Ressource non-transférable : il n'existe pas de marché où les entreprises peuvent acheter ou vendre les ressources.

La ressource source d'avantage concurrentiel pour l'entreprise est une ressource valorisable, rare, non-imitable, non-substituable et non-transférable.

Conclusion (0,75)

N.B. Evitez les abréviations.

# Corrigé - Type

Département des Sciences de Gestion

2 Année LMD

Module : Economie d'entreprises /section A

Durée : 1H30

## Examen de dettes

Nom :

Prénom :

Groupe :

1. Quels sont les acteurs pertinents du microenvironnement de l'entreprise ? (02 points)

Les acteurs pertinents du microenvironnement de l'entreprise sont :

- Les fournisseurs; (0,5)
- Les clients; (0,5)
- Les concurrents; (0,1)
- L'Etat. (0,1)

02/02

2. En quoi consiste la matrice SWOT ? Quelle est son utilité pour l'entreprise ? (03 points)

La matrice SWOT est un outil d'analyse stratégique au service de l'entreprise. Elle permet au niveau interne de l'entreprise ses forces et ses faiblesses relatives (comparées à celles de ses concurrents), et aussi, cette matrice prend en compte l'environnement (externe) de l'entreprise, en considérant les opportunités et les menaces qui s'y présentent.

Dès lors, il est question d'exploiter les forces dont dispose l'entreprise au moment d'arriver à neutraliser ses faiblesses, et ce, tout en cherchant des opportunités de développement à saisir et en évitant les menaces en mesure de remettre en cause la survie de l'entreprise.

3. L'entreprise 'Alpha' ne dispose pas de ressources financières suffisantes pour financer l'acquisition d'une filiale, dans cette perspective : A- identifiez le type de son besoin de financement ? B- Quelles sont les sources de financement appropriées à mobiliser dans ce cas? (04 points)

A - Type du besoin : Besoin de financement de long terme, c'est un besoin de financement d'investissement.

B - Les sources de financement appropriées :

- L'emprunt indivis;
- L'emprunt obligataire;
- Augmentation de capital.

4. Quels sont les facteurs moteurs de la mondialisation ? (avec explication) (05 points)

Les facteurs moteurs de la mondialisation :

1. Libre échange : Il s'agit de libérer les échanges commerciaux internationaux en réduisant les barrières tarifaires et non-tarifaires;
2. L'évolution de la demande : La tendance à l'homogénéisation des goûts, attentes des consommateurs, ont conduit à la création du consommateur universel déraciné, ainsi, les entreprises optent pour la standardisation de l'offre via l'unification des gammes de produits;