



22105025



COMMERCE ET GESTION
NIVEAU MOYEN
ÉPREUVE 1

Mardi 4 mai 2010 (après-midi)

1 heure 15 minutes

INSTRUCTIONS DESTINÉES AUX CANDIDATS

- N'ouvrez pas cette épreuve avant d'y être autorisé(e).
- Lisez attentivement l'étude de cas.
- Section A : répondez à deux questions.
- Section B : répondez à la question obligatoire.

SECTION A

Répondez à **deux** questions de cette section.

1. (a) Définir les termes suivants :
 - (i) *cycle de vie du produit (ligne 39)* [2 points]
 - (ii) *fidélité à la marque (ligne 62).* [2 points]
 - (b) En se reportant à *N-Pharma* et son nouveau médicament *Pharmatics*, distinguer « promotion [...] d'un produit haut de gamme et [promotion] d'un produit d'entrée de gamme » (*lignes 55–56*). [4 points]
 - (c) Appliquer la matrice du Boston Consulting Group (BCG) au portefeuille de produits de *N-Pharma*. [7 points]
-
2. (a) « Depuis 1980, *N-Pharma* est une société anonyme et ses actions sont négociées sur le marché boursier de Tokyo » (*lignes 100–101*). Résumer **deux** aspects principaux de cette forme de propriété. [4 points]
 - (b) Préparer une analyse SWOT montrant **uniquement** les opportunités et les menaces pour *N-Pharma*. [4 points]
 - (c) Analyser la position de *N-Pharma* en utilisant les informations de l'analyse SWOT (informations complémentaires à la page 3) et votre réponse à la partie (b). [7 points]
-
3. (a) Définir les termes suivants :
 - (i) *rentabilité (ligne 79)* [2 points]
 - (ii) *liquidités (ligne 131).* [2 points]
 - (b) En utilisant les données de l'Annexe 2, calculer les ratios de liquidité pour la filiale américaine de *N-Pharma* pendant les exercices comptables 2008 et 2009. [4 points]
 - (c) Analyser les ratios de liquidité calculés dans la partie (b) du point de vue des **deux** partenaires de *N-Pharma*. [7 points]

SECTION B

Répondez à la question obligatoire de cette section.

4. (a) Définir les termes suivants :
- (i) *délégation (ligne 74)* [2 points]
 - (ii) *rémunérations en fonction du rendement (lignes 87–88).* [2 points]
- (b) *N-Pharma* prend en considération plusieurs options stratégiques pour sa croissance future, dont l’acquisition (**Option 1 (b)**) et la fusion (**Option 3**). Distinguer une fusion et une acquisition. [4 points]
- (c) Laura Davies s’attend à ce « que les employés australiens de *N-Pharma* réagissent positivement à des avantages non financiers » (lignes 97–98). Expliquer de quelle façon ces avantages non financiers ont des conséquences sur la satisfaction professionnelle des employés et leur productivité. [4 points]
- (d) Dans quelle mesure un changement dans le style de direction de Susan James pourrait améliorer la productivité et le moral dans la filiale canadienne de *N-Pharma* ? [8 points]

Informations complémentaires

Points forts et points faibles d’une analyse SWOT réalisée pour <i>N-Pharma</i>
<p>Points forts</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>N-Pharma</i> est une société multinationale bien établie, ayant des filiales dans de nombreux pays situés en bordure du Pacifique. • <i>N-Pharma</i> est une marque connue, qui attire la fidélité des consommateurs. • <i>N-Pharma</i> a un portefeuille de médicaments situés à différentes étapes du cycle de vie des produits (par ex., Pharmax, Pharmaflo, Pharmaslim, Pharmatics). • <i>N-Pharma</i> a de larges réserves financières et les actions <i>N-Pharma</i> sont considérées par les investisseurs comme étant sûres et relativement sans risque. <p>Points faibles</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>N-Pharma</i> a eu des problèmes dans certaines de ses filiales (par ex., des problèmes dans le service des ressources humaines au Canada et en Australie, et des problèmes de trésorerie aux États-Unis). • <i>N-Pharma</i> a subi les effets d’une image négative dans les médias en raison de pratiques non éthiques. • <i>N-Pharma</i> opère dans un environnement très compétitif (les médicaments génériques des concurrents sont moins chers que les produits de la marque <i>N-Pharma</i>).