Question de gestion : le budget de communication

Énoncé

« Face à une concurrence exacerbée, les entreprises cherchent à se faire connaître et à se démarquer. Dans une société où la communication devient une source d'avantages concurrentiels, il existe des moyens de communication traditionnels que seules les grandes entreprises peuvent s'offrir grâce à leur important budget de communication (publicité télévisée, affichage, etc.). D'autres entreprises, en général de taille plus modeste, choisissent de nouveaux moyens de communication qui correspondent mieux à leur budget et à leurs cibles. »

En une ou deux pages au maximum, à partir de vos connaissances et en vous inspirant des situations présentées dans la première sous-partie, vous répondrez à la question suivante :

Le montant de son budget de communication garantit-il l'amélioration des performances commerciales d'une entreprise ?
Pour répondre à cette question, il s'agit de rédiger une argumentation structurée de 2 pages maximum, à partir de vos connaissances, de l'exemple étudié en 1re partie de ce sujet et d'autres exemples tirés d'autres contextes. Il faut donc une introduction, un développement en minimum 2 parties équilibrées (avec plusieurs arguments bien distincts et une conclusion). L'introduction peut commencer par une accroche mais elle doit impérativement définir les termes clés du sujet, ici « Budget de communication » et « performance commerciale », puis introduire le sujet et annoncer le plan choisi.

© 2000-2025, Miscellane