



**INSTITUT SUPERIEUR DES ETUDES  
TECHNOLOGIQUES DE RADES  
Département de gestion des entreprises**

**DEVOIR SURVEILLE**

<b>MATIERE :</b>	<b>MARKETING</b>	<b>DUREE :</b>	<b>1 H</b>
<b>NIVEAU :</b>	<b>G 2</b>	<b>DOCUMENTS :</b>	<b>Non autorisés</b>
<b>ENSEIGNANTS :</b>	<b>Y. ABASSI A. BACH HAMBA</b>		

Nombre de pages :1

**EXERCICE N 1 : ( 4 POINTS) :**

Trouver un exemple de produit permettant de satisfaire des besoins dans chacune des catégories de Maslow.

**EXERCICE N 2 : ( 6 POINTS) :**

Quels critères de segmentation vous paraissent appropriées pour segmenter les marchés des produits suivants :

- Raquettes de tennis.
- Voyages organisées.
- Shampoing.
- Matériel de ski.

**EXERCICE N 3 : ( 2 POINTS) :**

Choisissez une marque que vous connaissez bien. Décrivez le plus précisément possible son positionnement.

**EXERCICE N 4 : ( 4 POINTS) :**

On vous demande de faire une analyse de marche des téléphones portables et d'obtenir les informations suivantes :

- Faites une liste des principales marques.
- Identifier les critères retenus par les consommateurs pour évaluer ces différentes marques.

**EXERCICE N 5 : ( 4 POINTS) :**

Une entreprise doit-elle chercher toujours à satisfaire ses clients ?