

<b>INSTITIUT SUPERIEUR DES ETUDES TECHNOLOGIQUES DE RADES</b> <b>Département Sciences Economiques et de Gestion</b>		
<b>Devoir de Contrôle</b>	<b>Marketing</b>	
<b>Groupes : L1_AA</b>	Durée 1H	Calculatrices autorisées Documents non autorisés
<b>Année Universitaire 2010-2011</b>	Nombre de pages : 2	<b>Enseignants : Mme Karoui.T &amp; Mr Abassi.Y</b>

**Question (1):** (4 points)

L'application du marketing se limite-elle aux produits de grande consommation ? Justifier votre réponse.

**Question (2):** (4 points)

Expliquer à travers des exemples les différentes classifications possibles des marchés

**Question (3):** (4 points)

Expliquer brièvement les principes de l'optique vente et de l'optique produit.

**Exercice :** (8 points)

**Choisir entre Exercice (1) et Exercice (2)**

**Exercice (1)**

La société AGRO est spécialisée dans les activités agroalimentaires. En attendant de diversifier ses activités, elle s'est consacrée à la fabrication du produit «**P**», et à sa commercialisation dans le pays «**Pv**».

La connaissance du marché du produit «**P**» devra permettre à l'entreprise de connaître sa position sur le marché et de se fixer des objectifs pour les prochaines années.

A cet effet, vous disposez des informations consignées dans le tableau ci-après.

**Tableau n°1: Répartition des consommateurs du produit «**P**» dans le pays «**Pv**» en 2007**

<b>Zone Géographique</b>	<b>Population</b>	<b>Consommateurs actuels</b>
Nord Est	1 200 000	65%
Nord Ouest	1 100 000	70%
Centre Est	900 000	75%
Centre ouest	1 000 000	60%
Sud Est	850 000	30%
Sud Ouest	750 000	20%

On sait par ailleurs qu'une personne sur cinq parmi les non consommateurs est susceptible de devenir consommateur du produit «**P**». Un certain nombre de personnes par contre, pour des raisons diverses (de santé, de culture ...) ne consommeront jamais de produit «**P**». D'après d'autres informations tirées d'une étude sur la consommation, on note qu'un ménage

consomme en moyenne par semaine 8,75 kg de produit « **P** ». Aussi, sait-on qu'un ménage au pays « **Py** » regroupe en moyenne cinq personnes. Pour l'année 2007, les ventes de la Société AGRO ont été de 1.750 tonnes de produit « **P** ».

**TRAVAIL A FAIRE :**

Calculer en nombre d'habitants les différents niveaux de marché ci-après, pour l'année 2007 :

- 1) le marché actuel de la profession,
- 2) le marché actuel de AGRO,
- 3) le marché actuel de la concurrence,
- 4) les non consommateurs absolus,
- 5) le marché des non consommateurs relatifs,
- 6) le marché théorique de la profession,
- 7) le marché potentiel de AGRO, sachant qu'elle peut capter 15 % des non consommateurs relatifs et 5 % du marché de la concurrence.

**Exercice (2)**

Soit les données incomplètes suivantes relatives au marché des pâtes alimentaires en Tunisie :

Marques	$N_M$	$Q_M$ en KG	$CU_M$	$N_{NE}$	$Q_{AM}$	$CU_{AM}$	$CU_{TM}$	Taux d'exclusivité	Taux d'intensité
RANDA	2000000	30000000	?	300000	?	3	?	?	?
La fleur blanche	1500000	15000000	?	600000	?	?	?	?	75%
SPIGA	1000000	?	4	500000	?	?	6	?	?

Autre donnée : la consommation unitaire du marché dans son ensemble est de 8 kg /client/AN. Avec  $N_M$  nombre total des clients de la marque,  $Q_M$  quantité totale consommée de la marque,  $CU_M$  consommation unitaire de la marque par ses clients,  $N_{NE}$  nombre de clients non exclusifs,  $Q_{AM}$  quantités consommées des autres marques par les clients non exclusifs,  $CU_{AM}$  consommation unitaire des autres marques par les clients non exclusifs,  $CU_{TM}$  consommation unitaire de toute marque par les clients de la marque.

**TRAVAIL A FAIRE :**

Compléter les données du tableau