

DEVOIR DE CONTROLE			
ECUE : MARKETING			Classe(s) : L1-AA
Enseignant(es) : ABASSI Y & CHEBBI L. & KAROUIT.			Documents autorisés: Non
Date : Avril 2012	Durée : 1h	Nombre de pages : 3	Calculatrice autorisée: Oui

QCM (5 points)

1) Dans le mécanisme de perception l'attention sélective dépend :

- De l'intensité des stimuli.
- Des croyances du consommateur
- De l'originalité du stimulus
- De la cohérence du stimulus avec les besoins éprouvés par le consommateur

2) Les fonctions d'estime d'un produit correspondent :

- à l'avantage essentiel offert au consommateur
- à la destination concrète du produit
- aux motivations psychologiques de l'acheteur
- Aux améliorations potentielles du produit

3) En divisant le nombre de consommateurs d'un produit par le nombre de consommateurs potentiels on a le taux de : ...

- actualisation
- attrition
- pénétration
- notoriété

4) Dans le modèle disjonctif :

- il y a une compensation entre les notes d'une marque sur plusieurs attributs
- le consommateur élimine les marques qui présentent une note inférieure à une note minimale sur l'attribut le plus important
- le consommateur élimine les marques qui présentent une note inférieure à une note minimale sur tous les attributs

5) En divisant la consommation moyenne de la marque par ses acheteurs par la consommation moyenne de toutes les marques par les acheteurs de la marque on a le taux de : ...

- d'intensité
- d'exclusivité
- pénétration
- d'occupation

Questions de Cours : (6 points)

I/ Répondez par **VRAI** ou **FAUX** en *justifiant* votre réponse

- 1) Le marché potentiel d'une entreprise est constitué des clients de cette entreprise ainsi que des clients de la concurrence
- 2) L'objectif du marketing est de créer des nouveaux besoins.
- 3) Si le coefficient d'occupation de marché d'une entreprise est < 0.5 , cela signifie qu'elle dispose de plus de clients que ces concurrents.
- 4) Le marketing est utilisable dans les activités non marchandes

Exercice 1 : (4 points)

En vous référant, à la théorie des besoins de Maslow, expliquez le succès de produits tels que l'iphone et les montres Swatch.

Exercice 2 : (5 points)

Quelle méthode de segmentation vous semble la plus appropriée pour segmenter les marchés ; des PC portables, de la construction immobilière privée, de l'alimentation bio, des boissons énergétiques, des jeux vidéos ? Justifiez.