INSTITIUT SUPERIEUR DES ETUDES TECHNOLOGIQUES DE RADES Département Sciences Economiques et de Gestion		
Devoir de Contrôle	**Marketing**	
Groupes : L1_AA	Durée 1H	Documents non autorisés
Année Universitaire 2015-2016	Nombre de pages : 1	*Enseignants : Mme Chebbi L & Mr Abassi.Y*

EXERCICE N 1 : (6 POINTS) :

Préciser si les propositions suivantes sont vraies ou fausses, en les justifiant si c'est vrai et en les corrigeant si c'est faux :

- L'application de marketing se limite aux activités commerciales marchandes.
- Une forte implication des acheteurs est uniquement constatée au niveau des produits présentant un risque financier.
- Un taux de pénétration bas au niveau d'un marché est associé à un nombre élevé de non consommateurs relatifs.

EXERCICE N 2 : (6 POINTS) :

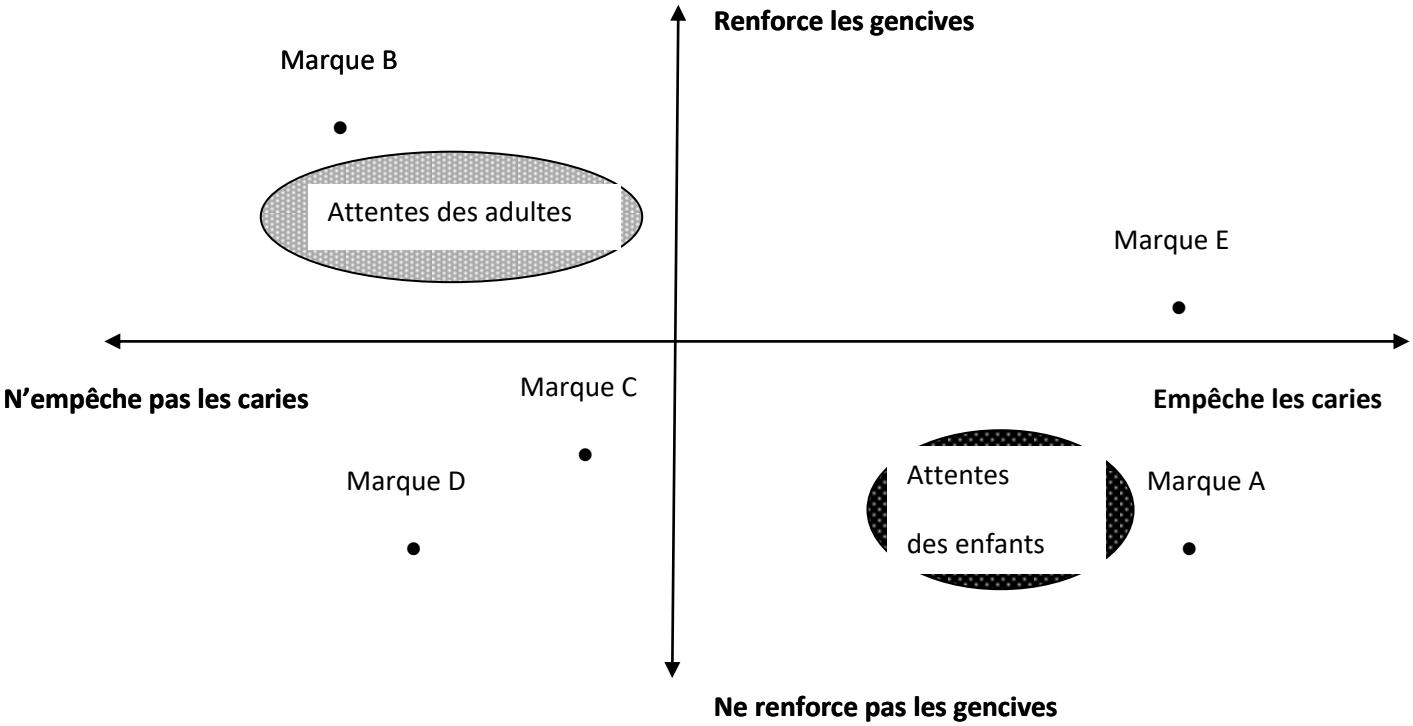
Expliquer à travers des exemples les concepts suivants ; **leader d'opinion**, **marketing sociétal**, **achat routinier**.

EXERCICE N 3 : (8 POINTS) :

Vous êtes nouveau stagiaire dans un laboratoire pharmaceutique. Votre directeur commercial vous informe que vous allez participer à l'élaboration du plan marketing d'un nouveau produit : pâte dentifrice qui se vende en pharmacie.

Pour tester vos compétences et vous initier au travail, il vous communique les résultats d'une étude faite sur le marché du dentifrice en Tunisie et vous demande d'apporter des réponses aux questions suivantes :

1) Quels sont les critères de segmentation qui vous paraissent appropriés pour segmenter le marché du dentifrice. (2 points)
2) Interprétez la carte perceptuelle ci-dessous relative au positionnement des marques de dentifrice. (3 points)
3) Quel positionnement pouvez-vous recommander au laboratoire ? Justifiez votre réponse. (1.5point)
4) Quelles sont les stratégies de ciblages qu'on peut appliquer ? (1.5point)


Renforce les gencives
Marque B
Attentes des adultes
Marque E
N'empêche pas les caries
Marque C
Empêche les caries
Marque D
Attentes
des enfants
Marque A
Ne renforce pas les gencives