Université Mohammed Premier
Ecole Nationale de Commerce et de Gestion -Oujda-

- Epreuve de « MARKETING DE BASE »

pour l'accès au semestre 5 de l'ENCGO

(Année 2014/2015)

Durée 1H

Exercice I : (4 points)
Dans une logique d'extension de marque, un consultant suggère à la marque Porsche de
lancer des rasoirs jetables signés Porsche et essentiellement vendus dans des supermarchés *hard discount*.
En rapport avec la question de la cohérence du Mix marketing, que pensez-vous de cette suggestion ? Argumentez votre réponse

Exercice II : (4 points)
La société FORPOOL est leader international dans la commercialisation de piscines pour des particuliers. Une segmentation des clients potentiels lui permet de mieux cibler ses actions marketing.

- Déterminez trois critères plausibles d'une telle segmentation.
- Vérifiez, sur l'un de ces critères, qu'il possède au moins deux caractéristiques essentielles pour être opérationnel.

Exercice III : (2points)
Citez deux modes de communication utilisés plus fréquemment en marketing interentreprises (BtoB) qu'en marketing de produits grand public (BtoC).

Exercice VI : (2points)
Replacez dans l'ordre chronologique les opérations suivantes décrivant une campagne de communication, à la télévision, pour un nouveau modèle de voiture

1 production de prototypes de film / **2** étude d'impact / **3** fixation d'un budget global / **4** étude de notoriété et d'image de modèles concurrents / **5** définition de la *copy strategy* / **6** pré test de films / **7** insertion de spots / **8** *media planning*.

Exercice V : QCM (Cochez les affirmations exactes avec justification)

1- La politique de promotion des ventes vise : (1 points)

a- Les réseaux de distribution,

b- Les vendeurs,

wadifa-info.com نماذج المباريات من موقع وظيفة إنفو

Source: www.wadifa-info.com/fr/modele-concours/4098 - Wadifa Info - page 1/3

d- Les consommateurs.

2- Un bon positionnement est : (1 points)

a- Original,
b- Pertinent,
c- Beau,
d- Crédible,
e- Equilibré.

3- Cochez les affirmations exactes : (1,5 points)

a- Un logo est un emblème de marque,
b- Un jingle est un emblème de marque,
c- Une extension de marque correspond au lancement d'une nouvelle ligne,
d- Une marque embrelle cautionne les marques filles,
e- Une marque spécialiste de Biscuits qui lance de l'eau réalise une extension de gamme.

4- La communication hors media comprend : (1,5 points)

A- Radio,
B- Marketing direct,
C- Marketing événementiel,
D- Sponsoring,
E- Le bouche-à-oreille,
F- Internet.

5- Une segmentation est valide si : (1,5 points)

a- Les segments sont indistincts les uns des autres,
b- Les individus d'un même segment ont peu de caractéristiques communes,
c- Les segments sont instables dans le temps,
d- Les segments sont mesurables.

6- Cochez les affirmations exactes : (1,5 points)

a- Le marketing direct s'attache au produit plus qu'au client,
b- Le marketing direct est toujours rentable,
c- Le marketing direct cherche à vendre des produits standards par une communication de masse.

wadifa-info.com نماذج المباريات من موقع وظيفة إنفو

Source: www.wadifa-info.com/fr/modele-concours/4098 - Wadifa Info - page 2/3

Wadifa Info

www.wadifa-info.com

Le sujet suivant à préparer — **النموذج التالي للتحضير**

نموذج مباراة ولوج المدارس الوطنية للتجارة والتسيير ENCG 2009 - اختبار الأهلية للتكوين في

Modèle concours d'accès – Réseau des Écoles Nationales de Commerce et de Gestion (ENCG) 2009 – Test d'Admissibilité à

www.wadifa-info.com/fr/modele-concours/1185

Chaîne WhatsApp — **قناة واتساب**

المباريات الجديدة والنتائج كل يوم

Nouveaux concours et résultats chaque jour

wadifa-info.com/wa

Chaîne YouTube — **قناة يوتيوب**

امتحانات تجريبية بالتصحيح، بالدارجة

Examens blancs corrigés, expliqués en darija

youtube.com/@wadifainfo

Envoyer à un ami — **أرسل النموذج لصديق**

شارك هذا النموذج على واتساب مع من يحضّر معك

Partagez ce sujet sur WhatsApp

wa.me