Epreuve de Marketing de base pour l'accès au semestre 5 de l'ENCGO

(Année 2016/2017)

Durée : 1 heure

1- Une segmentation a pour objectif premier de
- ☐ faciliter la définition d'une offre adaptée à une sous unité de marché
- ☐ qualifier des zones géographiques à fort potentiel d'achat
- ☐ décomposer une action marketing en projets segmentés

2- Le positionnement d'un produit nécessite avant tout
- ☒ de définir des critères différenciant par rapport aux concurrents
- ☐ de choisir l'emplacement du produit dans un point de vente
- ☐ d'adapter le produit à tout type de cible

3- Toutes les communications suivantes sont hors médias à l'exception d'une seule. Laquelle ?
- ☒ animation d'un stand dans un supermarché
- ☐ insertion d'une annonce dans un magazine
- ☐ Opération de mécénat au profit d'un orphelinat

4- Le prix psychologique d'un produit est :
- ☐ essentiellement déterminé par des psychologues
- ☒ issu d'enquêtes auprès de prospects donnant des intervalles de prix
- ☐ indépendant du prix des concurrents

5) Une entreprise alimentaire gérant de très nombreuses marques de produits s'interroge sur l'intérêt de réduire le nombre de ces marques. Citez deux avantages et deux inconvénients significatifs d'une telle réduction.

6) 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.

7) Replacez dans l'ordre chronologique les opérations suivantes décrivant une campagne de communication, à la télévision, pour un nouveau modèle de téléphone :

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*.

8) Citez deux modes de communication utilisés plus fréquemment en marketing interentreprises (BtoB) qu'en marketing de produits grand public (BtoC).

wadifa-info.com نماذج المباريات من موقع وظيفة إنفو

Source: www.wadifa-info.com/fr/modele-concours/4102 - Wadifa Info - page 1/2

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