



Université Abdelmalek Essaâdi
Ecole Nationale de Commerce et de Gestion
Adresse : B.P.1255 Tanger Principal- Maroc.
Tel :0539 31 34 87/ 88/ 89 Fax: 0539 31-34-93
Site web : www.encgt.ma

EXAMEN DE FIN DE SEMESTRE
Session Normale

Epreuve : Marketing Opérationnel
Enseignant : Mme Reklouï Asmaa
Niveau : 3e année
Jour /Date : le 25/12/2019
Durée : 2h00

Premier exercice : questions d'assimilation du cours (11 points)

– Vous répondez à l'ensemble des questions ci-après.

1. Expliquez la citation suivante : « Le client est le point de départ... et le point d'arrivée de la démarche de marketing. Pour réussir en affaires, il est indispensable de l'intégrer dans le processus managérial ».
2. Quels sont les facteurs qui constituent un stimulus pour le comportement d'achat du consommateur?
3. Quelle est la différence entre la « segmentation stratégique » et la « segmentation marketing »? Est-il toujours souhaitable de segmenter ? Justifiez votre réponse.
4. Dans quelle phase du cycle de vie du produit les événements suivants sont-ils les plus probables : une rentabilité déclinante, une guerre des prix, une forte réduction des coûts de production, d'importants investissements en communication basés sur les qualités distinctives, un ciblage différencié ?
5. Les acheteurs B2B ont généralement des attentes différentes des acheteurs B2C. Proposez deux communications différentes selon la cible, pour un même produit le GPS.
6. Comment les entreprises arrivent à contourner les interdits d'antenne média dans la publicité classique ?

Deuxième exercice (4 points)

Monsieur C compte faire de la communication pour son nouveau produit confiture Bio aux dattes de ce fait, il dégage le budget nécessaire et fait appel à une agence de conseil en communication afin de réussir sa campagne média. IL vient vous demander conseil : prudent, vous décidez de mener une étude de marché qui confirme les points suivants :

- Le positionnement haut de gamme de la confiture de dattes de Monsieur C.
- L'absence de confiturier de dattes Bio dans la région du Nord.

1. Quel sera le premier objectif de cette campagne ?
2. Quel sera le contenu du message que devra véhiculer la campagne ?
3. Quels médias seraient préconisés dans cette campagne, afin de toucher la cible régionale – Justifiez votre réponse.
4. Pour le lancement de ses confitures artisanales proposez à Monsieur C une action événementielle et une action promotionnelle destinées au grand public.

Troisième exercice (2 points)

Un fabricant de fromages de chèvre, écoule sa production de différentes manières.

- 1^{ère} manière: des grossistes achètent leurs marchandises chez le fabricant et les revendent en quantités plus réduites à des commerces de détail.
- 2^e manière: certains consommateurs viennent acheter les fromages à l'exploitation.
- 3^e manière: les centrales d'achats s'approvisionnent chez le fabricant pour ensuite fournir, leurs supermarchés.
- 4^e manière: des détaillants en alimentation achètent leurs produits chez le fabricant.

– Question : Qualifiez chaque canal de distribution utilisé pour les 4 exemples ci-dessus. Justifiez votre réponse

Quatrième exercice : (3 points)

Analysez le contenu de la publicité et répondez aux questions suivantes :

1. Expliquez les dimensions et l'attitude dont relève l'objectif final de cette publicité?
2. Interprétez la publicité ci-après en précisant le type de communication et le rôle des éléments suivants : le texte, image, non-dits et les outils mobilisés dans cette publicité.
3. Quel est l'objectif de ce message publicitaire? Quel est la cible de la communication?

