

**Examen de rattrapage (durée deux heures)  
(Documents non autorisés)**

**I- Vous commenterez de façon structurée le sujet suivant : Pourquoi l'entreprise doit identifier les différentes composantes de son environnement ?**

(rédaction d'une introduction d'une dizaine de lignes définissant entre autres « l'environnement et ses composantes », rédaction d'un développement comprenant des titres et sous titres et faisant apparaître les principales idées en s'appuyant obligatoirement sur des exemples d'entreprise, puis d'une conclusion)

**II- Répondre au QCM suivant (plusieurs réponses peuvent être possibles)**

1. Quelles sont les techniques promotionnelles ?

- a) Jeux (concours, loteries)
- b) Essais ou échantillons
- c) Offres de réduction ou de remboursement
- d) Vente d'objets publicitaires
- e) Questionnaire de satisfaction

2. Quels sont les caractéristiques du mécénat ?

- a) Recherche de valorisation de l'image de l'entreprise par le soutien apporté à un événement médiatique
- b) Pas de rentabilité directe en termes financiers
- c) Rentabilité directe plus importante que le sponsoring
- d) Rentabilité directe moins importante que le sponsoring

3. Quels sont les différents types de circuit de distribution ?

- a) Canal globalisé
- b) Canal fragmenté
- c) Canal court
- d) Canal direct
- e) Canal long

4. Quels sont les enjeux d'une politique de prix ?

- a) C'est une arme concurrentielle
- b) Le prix permet de former dans l'esprit du consommateur l'image du produit
- c) C'est un élément important du plan de marketing
- d) La cohérence du prix avec le positionnement choisi n'est pas primordial

5. Segmenter un marché c'est :

- a) Un outil pour positionner l'entreprise sur un marché
- b) De décomposer en groupes des consommateurs ayant des comportements d'achat identiques
- c) De décomposer en groupes des consommateurs ayant des comportements d'achat complémentaires
- d) Etudier la demande de manière quantitative