

GROUPE ESC CLERMONT

COURS DE MARKETING ISIMA

**TEST DE CONNAISSANCE ET
D'APPLICATION**

Vendredi 19 Mars 2004

--

2 Heures – Sans Documents

Question 1 : 3 points

Présentez par un schéma, la perception d'aujourd'hui du Marketing par rapport aux autres fonctions de l'Entreprise.

Question 2 : 3 points

Définissez les différentes approches et les éléments qui peuvent influencer sur la formulation de la Politique de Prix d'une Entreprise .

Question 3 : 3 points

Qu'est ce que la matrice qui croise « Sensibilité Nationale » et « L' Intégration Mondiale » ? Expliquez .

Question 4 : 3 points

Quels sont les cas les plus adaptés au choix de la Distribution indirecte (circuit long) par une Entreprise opérant sur un marché « B to B » ?

Énoncez et commentez les critères .

Question 5 : Etudes Marketing : 4 points

Décrivez et commentez la séquence des principales phases de Conception ,Réalisation , et Exploitation d'une ETUDE QUALITATIVE.

Citez au passage les principales techniques de collecte Qualitative de l'Information.

Question 6 : Optimisation d'un plan Media Presse : 4 points

Pour lancer un nouveau Produit sur le marché , votre Agence de Publicité vous propose le choix entre 3 Plans Magazines.

Votre cible totale est de 10 millions d'Hommes de 20 à 45 ans .

L'analyse partielle par logiciel des performances respectives de chaque Plan est la suivante :

CRITERES D'EVALUATION	Plan 1	Plan 2	Plan 3
Couverture du Plan	90 %	55 %	25 %
Fréquence moyenne (en ODV)	3	5	7
Nombre de Magazines choisis pour le Plan	7	5	4
Nombre d'annonces par titre	5	6	7
Coût de l'achat d'espace net (millions d'Euros)	2	2	2

- Calculez les deux critères classiques pour chacune des trois possibilités qui permettront de choisir le plan le plus performant.
- Définissez ces deux critères.
- Quel Plan recommandez vous ?