

**ECOLE NATIONALE D'ECONOMIE APPLIQUEE ET DE MANAGEMENT**  
**EXAMEN MARKETING OPERATIONNEL**

**GC 2**

**ANNEE: 2018 – 2019**

**Durée: 2 HEURES**

**Enseignant : Dr. COOVI Byblice**

**Exercice 1**

**Répondez aux questions suivantes :**

- 1- Qu'est-ce qu'un bien anormal ? donnez en deux exemples
- 2- Représentez la courbe du cycle de vie du produit et décrivez brièvement les différentes étapes.
- 3- Définissez la notion de gamme et donnez ses dimensions.
- 4- Pourquoi dit-on que l'emballage est un vendeur muet ?
- 5- Qu'est-ce que l'effet de Giffen ?
- 6- Décrivez les trois circuits de distribution.
- 7- Expliquez les trois stratégies de distribution.
- 8- Qu'est-ce que la franchise ?
- 9- Quels sont les cinq médias traditionnels ?
- 10- Quels sont les objectifs de la communication ?
- 11- Qu'est-ce que la copie stratégique ?

**EXERCICE 2 (5 POINTS)**

La société REC COSMETIK, spécialiste dans la fabrication de produits d'hygiène et de cosmétique, envisage de lancer un savon à base de produits naturels. Une étude du prix d'acceptabilité a été réalisée auprès d'un échantillon de 1000 personnes à qui on a demandé d'essayer le produit et de répondre au questionnaire d'acceptabilité.

Le dépouillement des réponses a donné les résultats suivants :

Prix en euro	Nombre de personnes ayant répondu « trop cher »	Nombre de personnes ayant répondu « mauvaise qualité »
1	0	430
2	0	280
3	70	200
4	110	70
5	170	20
6	240	0
7	330	0
8	80	0
<b>Total</b>	1000	1000

- 1- Déterminer le prix d'acceptabilité uniquement par le calcul en interprétant à chaque fois les colonnes que vous créerez.
- 2- Qu'est ce que la stratégie de prix d'écrémage ?