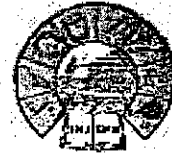


République du Bénin



Ministère de l'Enseignement Supérieur et
de la Recherche Scientifique (MESRS)



Université d'Abomey-Calavi (UAC)

Institut National de la Jeunesse, de l'Education Physique et de Sport (INJEPS)

EXAMEN TERMINAL DE MARKETING

Année académique : 2019-2020

Promotion : MASTER 1 STASE

DUREE : 2 heures

- 1- Montrez comment le marketing territorial est un outil de gouvernance ? (3 pts)
- 2- Définissez et donnez les inconvénients de la technique « le bouche à oreille » (3 pts)
- 3- Définissez une niche (2 pts)
- 4- Avantages de :
 - a- esprit de production ; (1 pt)
 - b- esprit marketing. (1pt)

Exercice 2

La boutique « DAVI'S » de vente de produits électroniques, en plus d'autres produits, propose à sa clientèle les marques de téléphones portables suivantes : Nokia, Samsung, Infinix, Siemens, Lg et Sony.

La marque Nokia quant à elle, est proposée en plusieurs versions : la N73, la N73i, la N84, la N84i, la N93, la N93i, la N95, la N95i, la N3310, la N6612, la N7766.

La marque Infinix propose les versions suivantes : A75, A75i, A80, A80i, A325, A325i, A110, A110i, A445, A445i, Hot7, Hot8.

- 1- Donner la définition d'une marque et celle de marque ombrelle (2 pts)
- 2- Donnez la définition d'une gamme et donner son utilité. (2 pts)
- 3- Déterminer la largeur de la gamme des téléphones portables de cette boutique. (2 pts)
- 4- Déterminer la profondeur de la ligne Nokia. (2 pts)
- 5- Déterminer la profondeur de la ligne Infinix (2 pts)