

IDENTIFICATION DE L'ETUDIANT

(2 lettres – 5 chiffres)

AMPHI

PLACE

CODE ANONYMAT

ATTENTION: Si vous faites une erreur dans votre code vous ne pourrez plus être identifié !

Université de Strasbourg
Faculté des sciences économiques
et de gestion

Année universitaire 2013/2014
Licence 2^{ème} année Economie-Gestion

Contrôle terminal juin 2014

Matière : marketing

Sujet de : Mme Chabi

Durée : 1 h 30

Aucun document autorisé

Calculatrices autorisées

1/ : 4 points ; 2/ : 3 points ; 3/ : 3 points ; 4/ : 3 points ; 5/ : 3 points ; 6/ 2 points ; 7/ 2 points.

1. Compléter le tableau suivant sur les particularités de l'offre de services.

Caractéristiques	Définition	Conséquences	Exemples
Intangibilité			
Inséparabilité			
Périssabilité			
Hétérogénéité			

2. Etude du prix de vente d'un nouveau concept de produit.

Calculer le prix psychologique à partir des résultats de l'enquête fournis dans le tableau ci-dessous (tableau à compléter).

Prix	Réponses « prix excessif »	Réponses « qualité insuffisante »					
750	0	750					
790	250	590					
820	430	420					
870	580	240					
910	740	0					
TOTAL	2000	2000					

Le prix psychologique est de : _____

car _____

A partir de quel volume de chiffre d'affaires le lancement de ce produit peut-il être rentable sachant que celui-ci entraînera des frais fixes de publicité de 1 200 000 €, que le coût de revient d'un produit est de 680 € et que son prix de vente sera finalement fixé à 890 € ?

Le volume de chiffre d'affaires nécessaire est de : _____

car _____

3. La société TROPICA travaille sur le lancement d'un nouveau jus de fruit naturellement riche en antioxydants. Elle hésite entre trois conditionnements : une brique, une bouteille en verre et un bidon transparent en plastique. Mettre en avant les avantages et inconvénients de chacun des conditionnements et conseiller la société sur son choix.

Répondre en complétant le tableau suivant.

	Brique	Bouteille en verre	Bidon

Recommandation : _____

4. L'entreprise RANDO fabrique et vend des chaussures de randonnée de grande qualité. Elle vient de créer une nouvelle ligne pouvant être portée en ville par une clientèle jeune (cible : hommes, moins de 40 ans). Elle envisage de faire paraître une publicité dans un hebdomadaire pour faciliter la vente de cette nouvelle ligne. A partir des informations ci-dessous, calculer les indicateurs adéquats pour faire un choix entre les deux supports A et B.

	Nombre de lecteurs	Lectorat masculin
Hebdomadaire A	60 000	47%
Hebdomadaire B	40 000	68%

Structure par âge du lectorat :

	< 19 ans	20-39 ans	40-59 ans	60 et plus
Hebdomadaire A	5 %	40 %	30 %	25 %
Hebdomadaire B	10 %	45 %	30 %	15 %

Coût d'insertion publicitaire : Hebdomadaire A : 4 000 € ; Hebdomadaire B : 4 200 €.

Calculs :

Le support retenu est : _____

car _____

5. Compléter le tableau suivant relatif aux types de marques.

	Définition	Exemple
Marque produit		
Branduit		
Marque ombrelle		
Marque caution		
MDD		

6. Une entreprise de distribution vend par semaine en moyenne 300 unités d'un produit dont le prix d'achat est de 2,50 € et le prix de vente 3 €. Si l'entreprise consent une réduction de prix de 10 % pendant une semaine, combien d'unités de ce produit devra-t-elle vendre pour garder sa marge brute normale ?

7. Quelles sont les fonctions de la distribution ? Expliquer.