

GROUPE ESC CLEMONT

**COURS DE MARKETING ISIMA**

**TEST DE CONNAISSANCE ET D'APPLICATION**

**24 Mars 2009**

2 Heures, sans documents (Sur 40)

---

**Question 1 : Le Marketing B to B : 4 pts**

- Comment définiriez vous la démarche du Marketing « B to B » ?
- Citez 4 spécificités de Marketing B to B qui le différencie du Marketing de Grande Consommation.

**Question 2 : le Etudes Qualitatives : 4 pts**

- Indiquez 3 modalités d'administration possible pour une étude qualitative.
- A quoi servent ( objectifs ) les études qualitatives ?

**Question 3 :Etudes quantitatives : 4 pts**

- Citez au moins 2 facteurs qui influent sur la définition de la taille d'un échantillon aléatoire .
- Quelles sont les principales étapes d'une étude quantitative par sondage ?

**Question 4 : Budget publicitaire : 4 pts**

- Citez au moins 4 méthodes pour définir la taille d'un budget publicitaire .

**Question 5 : Stratégie Créative : 4 pts**

- Qu'entend on par « Stratégie Créative » ?
- Quels sont les points clés auxquels elle doit se conformer ?

**Question 6 : La matrice Mc Kinsey : 4 pts**

- Décrivez en le principe et les critères utilisés.
- A quoi sert elle ?

**Question 7 : La matrice BCG : 4 pts**

- A quoi sert elle ?
- Quels critères sont ils nécessaires pour l'établir ?

**Question 8: Sélection d' un support publicitaire : 3 pts**

- Quels sont les 3 critères chiffrés qui permettent de sélectionner les meilleurs supports publicitaires ( ex un titre de magazine dans un Plan Media Presse ) ?
- Donnez 3 exemples chiffrés .

**Question 9 : Choix de Plan Media : 4 pts**

- Quels sont les critères qui permettent de choisir le meilleur plan Media parmi 3 ou 4 alternatives possibles ( ex un plan Presse ) ?
- Chiffrez ces critères pour expliquer leur principe.

**Question 10 : Vendeurs : 3 pts**

- Citez et définissez 3 statuts classiques de vendeurs

**Question 11 : Force de vente : 2 pts**

- Comment calcule t-on l'effectif théorique d'une force de vente pour un portefeuille de clients donné ?