

UNIVERSITE DE YAOUNDE II  
THE UNIVERSITY OF YAOUNDE II



FACULTE DES SCIENCES  
ECONOMIQUES ET DE GESTION  
B.P. 1365 - YAOUNDE  
CAMEROUN  
Tél. : (237) 221 34 41 / Fax (237) 223 79 12

FACULTY OF ECONOMICS  
AND MANAGEMENT  
P.O. BOX 1365 - YAOUNDE  
CAMEROON  
Tél. : (237) 221 34 41 / Fax (237) 223 79 12

EXAMEN DE FIN DE DEUXIEME SEMESTRE 2005-2006  
EPREUVE DE MARKETING II - GESTION III  
DUREE : 03 HEURES

**PREMIER ENVOI: Contrôle des connaissances**

- 1) Contrastez l'orientation client, l'orientation vente et l'orientation production, en mettant en évidence les implications de chaque orientation sur l'organisation et les responsabilités de la fonction marketing dans l'entreprise
- 2) Présentez sommairement l'évolution du rôle prioritaire du marketing (passage du Marketing passif au Market Driven Management)
- 3) Quelle nuance faites vous entre la macro segmentation et la micro segmentation

**DEUXIEME ENVOI: PROBLEMES**

- 1) Appliquez la méthode de macro segmentation « besoins/clients/technologies » à l'un des secteurs industriels suivants : la peinture, les télécopieurs, les services bancaires. Pour chaque secteur, définissez les notions d'industrie, de marché et de produit marché
- 2) Un importateur d'une marque japonaise d'appareils photographiques souhaite disposer d'une segmentation par avantages recherchés du marché africain. Décrivez une grille de segmentation qui vous semble a priori appropriée et proposez une procédure de recueil d'informations permettant d'en vérifier le bien fondé. Qu'entend t-on par segmentation par avantages recherchés ?
- 3) Le marketing décrit le comportement d'achat des clients potentiels comme étant un processus de résolution rationnelle d'un problème. Développez cette proposition en décrivant le processus de choix des clients dans des situations de complexité et risque variées
- 4) Référez vous à l'achat d'un bien durable (TV, appareil Photo, micro-ordinateur ...) au quel vous auriez procédé dans un passé récent et tentez de reconstituer le processus de décision que vous avez suivi, d'identifier les sources d'informations consultées le type de conduite résolutrice que vous avez adopté