

**Niveau d'étude : 2ème Année**

**Sciences de gestion Section A**

**Date de remise : lundi 27/09/2021 à la salle des enseignants du département des sciences de gestion entre 10h et 11h**

**Le travail doit être fait en binôme ou en trinôme au maximum**

## ***Examen semestriel en Marketing***

### ***Partie 1: Analyse de contenu***

**Choisir un seul sujet**

#### ***Sujet 1:***

La valeur perçue occupe une place significative dans la réflexion actuelles en marketing, elle est parfois différente de la valeur réelle, de la valeur hédoniste et de marketing expérientiel. En s'appuyant sur les éléments de cours, montrez :

- **Ce que représente la valeur perçue dans l'esprit de consommateur;**
- **Les leviers de la création de la valeur perçue;**
- **L'impact de la valeur perçue sur la décision marketing.**

#### ***Sujet 2***

Avant de proposer un produit particulier, à un prix spécifique, dans des lieux de distribution adaptés et avec une communication commerciale cohérente, il faut décider quels consommateurs on désire toucher et avec quels produits. Expliquez :

- **Les grands enjeux de la segmentation marketing;**
- **Les différentes méthodes de segmentation;**
- **L'impact de la segmentation sur la décision marketing.**

**NB :**

- 1- le travail doit comporter un pan ( une introduction, un développement et une conclusion)
- 2- le travail doit comporter maximum 7 pages
- 3- une liste de bibliographie est obligatoire
- 4- tout travail copier-coller sera sanctionné