



Examen d'Entrée Master I

Année Universitaire 2022-2023

Spécialité : Marketing

Durée: 1 heure

* يختار الطالب اللغة التي يريد الاجابة من خلالها.

Exercice 1 : Répondez par Vrai ou faux (4 Points)

		Vrai	Faux
1	Les Groupes de référence et Groupes d'appartenance font partie des facteurs culturels affectant le comportement du consommateur.		
2	Le cycle de vente nécessite exclusivement la conquête des clients.		
3	L'optique marketing valorise l'identification des prospects et mise en avant des bénéfices produit.		
4	Selon Maslow, un individu ne ressentira pas ou ne recherchera pas à assouvir de besoins de sécurité tant qu'il n'aura pas satisfait ses besoins physiologiques.		
5	Selon les différentes phases du cycle de vie d'un produit, l'introduction est caractérisée par une pénétration rapide du produit sur le marché et un accroissement substantiel des bénéfices.		
6	L'implication cognitive repose sur l'utilité, l'individu se sent concerné par les coûts et les bénéfices du produit autant que par ses performances fonctionnelles.		
7	Le SIM associe des hommes, des équipements et des procédures en vue d'assembler, trier, analyser et diffuser des informations utiles, nécessaires et pertinentes aux responsables marketing pour les aider à prendre leurs décisions.		
8	La satisfaction, taux de marge, nombre de clients, part de marché sont considérées comme des objectifs qualitatifs des commerciaux.		

Exercice 2 : Répondez à deux des questions suivantes (6 points)

1. Le comportement du consommateur est influencé par des facteurs personnels et psychologiques. Expliquez les différences entre ces deux facteurs et expliquez comment ils peuvent influencer le comportement du consommateur.
2. Selon l'analyse de Mintzberg appliquée au management commercial, parlez de 3 fonctions du manager commercial.
3. Sur le plan théorique, la prise de décision d'achat par le consommateur finale passe par différentes étapes successives, énumérez et expliquez chacune brièvement.
4. Selon les stratégies de tarification pour les nouveaux produits, Expliquez la différence entre Prix d'écrémage et Prix de pénétration.

Exercice 3 : Etude de Cas (10 points)



Apple Vision Pro

Après des années de rumeurs, Apple a dévoilé l'Apple Vision Pro, son premier casque de réalité mixte, le 5 juin 2023. Avec ce produit, Apple se lance dans une longue aventure.

L'annonce d'Apple Vision Pro arrive à un moment où l'appétit du public pour la réalité virtuelle est en baisse. Pour ne pas échouer comme les autres, Apple a plusieurs mois pour convaincre l'utilité de son casque, qui se porte sur le visage et a l'apparence d'un masque de ski.

Le Vision Pro est un « ordinateur spatial » qui permet de superposer des applications à sa vraie vision, sans avoir à utiliser un produit physique (téléphone, ordinateur, tablette). Le Vision Pro est conçu pour voir des films, jouer, travailler, se divertir, passer des appels, se détendre ou même enregistrer des vidéos en 3D (et les revoir après). Vision Pro fait croire qu'il est transparent. Il s'agit en réalité d'un écran qui imite vos yeux en temps réel, pour permettre à quelqu'un de venir vous parler quand vous l'utilisez.

L'Apple Vision Pro permet de regarder un film ou une série dans une fenêtre flottante, pour continuer à voir le vrai monde derrière, ou de simuler une salle de cinéma avec un écran géant. Doté de capacités 3D, il permet de voir des films avec une profondeur époustouflante, qui s'étend sur plusieurs dizaines de mètres.

Lancé uniquement aux États-Unis début 2024 (avant une arrivée dans d'autres pays un peu plus tard), Apple compte sur son réseau mondial de magasins de détail, ainsi que sur sa plateforme de commerce électronique en ligne, pour distribuer Vision Pro. Apple utilise une combinaison de publicités, de campagnes de marketing numérique et de relations publiques pour promouvoir Vision Pro. Des publicités télévisées captivantes, des événements de lancement époustoufflants et des collaborations avec des influenceurs clés font partie de la stratégie de promotion d'Apple. Ils mettent également l'accent sur les valeurs de la marque, telles que l'innovation, la créativité et l'accessibilité technologique. Apple vise les utilisateurs qui recherchent une technologie de pointe pour des applications de réalité augmentée. Ces personnes sont souvent des concepteurs graphiques, des ingénieurs, des artistes, des développeurs de logiciels et d'autres professionnels travaillant dans des industries liées à la création et à l'innovation. L'Apple Vision Pro est bien parti pour coûter une fortune. Apple annonce un tarif de 3 500 dollars, ce qui pourrait dépasser les 4 000 euros en France, sans dire s'il y aura des options pour le vendre à un tarif encore plus élevé.

Le fait que ce casque constitue une certaine prise de risque. Plusieurs experts, y compris chez Apple, ont d'immenses doutes sur la stratégie du constructeur californien. En mars 2023, le New York Times racontait que de nombreux employés Apple ne croient pas au potentiel du produit. Les chiffres de ventes estimées, entre 200 000 et 500 000 exemplaires la première année, sont extrêmement inférieurs aux habitudes d'Apple.

Questions :

- 1- Précisez la cible de Apple Vision Pro, Quels critères de segmentation a été utilisé par Apple Vision Pro afin de choisir leur cible (2 points)
- 2- Présentez brièvement la marketing Mix d'Apple vision Pro. (4 points)
- 3- Présentez une analyse SWOT d'Apple Vision Pro sous forme d'un tableau en indiquant un élément par quadrant. (4 points)



Entrance Exam Master I

Academic Year 2022-2023

Major: Marketing

Duration: 1 hour

* يختار الطالب اللغة التي يريد الاجابة من خلالها.

Exercise 1: Answer by true or false (4 Marks)

		True	False
1	Reference Groups and Belonging Groups are part of the cultural factors affecting consumer behavior.		
2	The sales cycle requires exclusively winning new customers.		
3	The marketing concept values the identification of prospects and highlighting product benefits		
4	According to Maslow, an individual will not feel or seek to satisfy safety needs until they have satisfied their physiological needs.		
5	Based on the different phases of the product's life cycle, the introduction phase is characterized by a rapid acceptance of the product in the market and a high accumulation of benefits.		
6	Cognitive involvement is based on utility, the individual feels concerned by the costs and benefits of the product as much as by its functional performance		
7	The SIM combines people, equipment and procedures to assemble, sort, analyze and disseminate useful, necessary and relevant information to marketing managers to help them make their decisions.		
8	Satisfaction, margin rate, number of customers, market share are considered qualitative objectives for salespeople.		

Exercise 2: Answer two of the following questions (6 points)

- 1- Consumer behavior is influenced by personal and psychological factors. Explain the differences between these two factors and explain how they can influence consumer behavior.
- 2- According to Mintzberg's analysis applied to commercial management, talk about 3 functions of the commercial manager.
- 3- On a theoretical level, the purchasing decision-making by the final consumer goes through different successive stages, list and explain each one briefly.
- 4- According to the pricing strategies for new products, Explain the difference between Skimming Price and Penetration Price.

Exercise 3: Case study (10 points)



APPLE VISION PRO

After years of rumors, Apple unveiled the Apple Vision Pro, its first mixed reality headset, on June 5, 2023. With this product, Apple is embarking on a long adventure.

The Apple Vision Pro announcement comes at a time when the public's appetite for virtual reality is waning. To avoid failing like the others, Apple has several months to convince the usefulness of its headset, which is worn on the face and has the appearance of a ski mask.

The Vision Pro is a “spatial computer” that allows you to superimpose applications on your real vision, without having to use a physical product (phone, computer, tablet). The Vision Pro is designed for watching movies, gaming, working, entertainment, making calls, relaxing, or even recording 3D videos (and reviewing them later). Vision Pro pretends it is transparent. It's actually a screen that mimics your eyes in real time, allowing someone to come and talk to you when you're using it.

The Apple Vision Pro allows you to watch a film or series in a floating window, to continue to see the real world behind, or to simulate a movie theater with a giant screen. Equipped with 3D capabilities, it allows you to watch films with breathtaking depth, which extends over several tens of meters.

Launching only in the United States in early 2024 (before arriving in other countries a little later), Apple relies on its global network of retail stores, as well as its online e-commerce platform, to distribute Vision Pro. Apple uses a combination of advertisements, digital marketing and public relations campaigns to promote Vision Pro. Captivating TV commercials, stunning launch events and collaborations with key influencers are part of Apple's promotion strategy. They also emphasize brand values, such as innovation, creativity and technological accessibility. Apple serves users who are looking for cutting-edge technology for augmented reality applications. These people are often graphic designers, engineers, artists, software developers, and other professionals working in industries related to creation and innovation. The Apple Vision Pro is on track to cost a fortune. Apple announces a price of 3,500 dollars, which could exceed 4,000 euros in France, without saying if there will be options to sell it at an even higher price.

The fact that this helmet constitutes a certain risk taking. Several experts, including at Apple, have immense doubts about the strategy of the Californian manufacturer. In March 2023, the New York Times reported that many Apple employees do not believe in the product's potential. The estimated sales figures, between 200,000 and 500,000 copies in the first year, are extremely lower than Apple's usual sales.

Questions:

1. Which segmentation criterias was used by Nike to choose their target (2 Marks)
2. Specify the target of Nike, and what targeting strategy has been adopted by NIKE. (2 Marks)
3. Present a SWOT analysis of Nike in the form of a table indicating two elements per quadrant. (6 Marks)



مباراة الدخول الى الماستر ١
العام الجامعي ٢٠٢٢-٢٠٢٣

المدة: ساعة

الاختصاص: تسويق

* يختار الطالب اللغة التي يريد الاجابة من خلالها.

المسألة ١: اجب على الاسئلة التالية بصح أو خطأ (٤ علامات)

خطا	صح	
		١ تعد المجموعات المرجعية والمجموعات المنتمية جزءاً من العوامل الثقافية التي تؤثر على سلوك المستهلك.
		٢ تتطلب دورة المبيعات كسب عملاء جدد حصرياً.
		٣ يقدر منظور التسويق تحديد العملاء المحتملين وإبراز فوائد المنتج
		٤ وفقاً لماسلو، فإن الفرد لن يشعر أو يسعى إلى تلبية احتياجات السلامة حتى يتم إشباع احتياجاته الفسيولوجية.
		٥ اعتماداً على المراحل المختلفة لدورة حياة المنتج، تتميز مرحلة الاطلاق باختراق المنتج السريع للسوق وزيادة كبيرة في الأرباح.
		٦ تعتمد المشاركة المعرفية على المنفعة، حيث يشعر الفرد بالقلق من تكاليف وفوائد المنتج بقدرة اهتمامه بأدائه الوظيفي.
		٧ تجمع SIM بين الأشخاص والمعدات والإجراءات لتجميع وفرز وتحليل ونشر المعلومات المفيدة والضرورية وذات الصلة لمديري التسويق لمساعدتهم على اتخاذ قراراتهم.
		٨ يعتبر الرضا ومعدل الهامش وعدد العملاء والحصة السوقية أهدافاً نوعية لمدوبي المبيعات.

المسألة ٢: اجب عن سؤالين من الأسئلة التالية: (٦ علامات)

١. يتأثر سلوك المستهلك بالعوامل الشخصية والنفسية. اشرح الاختلافات بين هذين العاملين وشرح كيف يمكن أن يؤثر على سلوك المستهلك.
٢. حسب تحليل Mintzberg المطبق على الإدارة التجارية ، تحدث عن ٣ وظائف للمدير التجاري.
٣. على المستوى النظري تمر عملية اتخاذ قرار الشراء من قبل المستهلك النهائي بمراحل مختلفة ومتتابعة، قم بسرر كل منها وشرحها بشكل مختصر.
٤. وفقاً لاستراتيجيات التسعير للمنتجات الجديدة، اشرح الفرق بين سعر القشط وسعر الاختراق.

المسألة ٣: حالة عملية (١٠ علامات)

Apple Vision Pro

بعد سنوات من الشائعات، كشفت شركة Apple النقاب عن Apple Vision Pro ، أول سماعة رأس للواقع المختلط، في ٥ يونيو ٢٠٢٣. مع هذا المنتج، تنطلق Apple في مغامرة طويلة.

يأتي إعلان Apple Vision Pro في وقت تتضاءل فيه شهية الجمهور للواقع الافتراضي. ولتجنب الفشل مثل الآخرين، أمام شركة أبل عدة أشهر لإقناعها بفائدة سماعة الرأس الخاصة بها، والتي يتم ارتداؤها على الوجه وتبدو وكأنها قناع تزلج.

Vision Pro هو "كمبيوتر مكاني" يسمح لك بتركيب التطبيقات على رؤيتك الحقيقية، دون الحاجة إلى استخدام منتج مادي (الهاتف، الكمبيوتر، الجهاز اللوحي). تم تصميم Vision Pro لمشاهدة الأفلام أو الألعاب أو العمل أو الترفيه أو إجراء المكالمات أو الاسترخاء أو حتى تسجيل مقاطع فيديو ثلاثية الأبعاد (ومشاهدتها مرة أخرى لاحقًا). يتظاهر Vision Pro بأنه شفاف. إنها في الواقع شاشة تحاكي عينيك في الوقت الفعلي، مما يسمح لشخص ما بالحضور والتحدث معك عند استخدامك لها.

تتيح لك Apple Vision Pro مشاهدة فيلم أو مسلسل في نافذة عائمة، أو الاستمرار في رؤية العالم الحقيقي خلفك، أو محاكاة دار سينما بشاشة عملاقة. وهي مجهزة بقدرات ثلاثية الأبعاد، وتتيح لك مشاهدة الأفلام بعمق مذهل يمتد على عدة عشرات من الأمتار.

سيتم إطلاقها في الولايات المتحدة فقط في أوائل عام ٢٠٢٤ (قبل أن تصل إلى بلدان أخرى بعد ذلك بقليل)، وتعتمد شركة Apple على شبكتها العالمية من متاجر البيع بالتجزئة، بالإضافة إلى منصة التجارة الإلكترونية الخاصة بها عبر الإنترنت، لتوزيع Vision Pro. تستخدم Apple مجموعة من الإعلانات والتسويق الرقمي وحملات العلاقات العامة للترويج لـ Vision Pro. تعد الإعلانات التلفزيونية الجذابة وأحداث الإطلاق المذهلة والتعاون مع الشخصيات المؤثرة الرئيسية جزءًا من استراتيجية الترويج لشركة Apple. كما أنها تؤكد على قيم العلامة التجارية، مثل الابتكار والإبداع وسهولة الوصول إلى التكنولوجيا. تخدم Apple المستخدمين الذين يبحثون عن أحدث التقنيات لتطبيقات الواقع المعزز. غالبًا ما يكون هؤلاء الأشخاص مصممي جرافيك ومهندسين وفنانين ومطوري برامج وغيرهم من المهنيين العاملين في الصناعات المتعلقة بالإبداع والابتكار. إن Apple Vision Pro في طريقها إلى أن تكلف ثروة. وأعلنت شركة أبل عن سعر ٣٥٠٠ دولار، والذي قد يتجاوز ٤٠٠٠ يورو في فرنسا، دون أن تذكر ما إذا كانت هناك خيارات لبيعه بسعر أعلى.

حقيقة أن هذه الخوذة تشكل مخاطرة معينة. العديد من الخبراء، بما في ذلك في شركة أبل، لديهم شكوك هائلة حول استراتيجية الشركة المصنعة في كاليفورنيا. في مارس ٢٠٢٣، ذكرت صحيفة نيويورك تايمز أن العديد من موظفي شركة أبل لا يؤمنون بإمكانيات المنتج. أرقام المبيعات المقدرة، ما بين ٢٠٠.٠٠٠ و ٥٠٠.٠٠٠ نسخة في السنة الأولى، أقل بكثير من أرقام أبل المعتادة.

أسئلة :

١. حدد مستهدف Apple Vision Pro، ومعايير التجزئة التي استخدمتها Apple Vision Pro لاختيار مستهدفها (علامتان)
٢. اعرض باختصار المزيج التسويقي لـ Apple Vision Pro (٤ علامات)
٣. قدم تحليل SWOT لبرنامج Apple Vision Pro على شكل جدول يشير إلى عنصر واحد لكل ربع. (٤ علامات)