

UNIVERSITE DE YAOUNDE II
ECOLE SUPERIEURE DES SCIENCES ET TECHNIQUES DE
L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION
ESSTIC

EXAMEN DE FIN DE PREMIER SEMESTRE

FILIERE : PUBLICITE

NIVEAU : 3

ENSEIGNEMENT : MARKETING OPERATIONNEL

DUREE : 2H

515
Exercice 1(6pts)

Question à choix unique (QCU) :

Q1. Un produit qui se substitue à l'ancien, en offrant un emballage plus pratique, est-il qualifiable de nouveau produit ?

1. non parce que le produit basique n'a pas changé
2. oui, à condition que l'emballage représente une innovation technologique
3. oui, à condition que le positionnement soit changé
4. oui, dans tous les cas.

Q2. Les adopteurs précoces d'un nouveau produit sont plutôt des acheteurs qui :

1. ont le goût du risque
2. aiment innover
3. sont des leaders d'opinion
4. ont des revenus plus élevés que la moyenne et sont plus jeunes

Q3. Doit-on disposer obligatoirement d'un exemplaire du produit, lors d'un test de concept ?

1. non
2. oui, mais un prototype en état de marche convient
3. oui, mais il faut un produit fabriqué lors de la présérie
4. oui, mais le produit doit déjà être commercialisé.

Q4. Un marché test simulé présente l'inconvénient majeur :