

UNIVERSITE DE TUNIS EL MANAR
Faculté des Sciences Economiques et de Gestion de Tunis
(2013-2014)

Epreuve De Principes de Gestion
1^{ère} Année LFE & LAG
Session principale – Janvier 2014
Durée : 2 heures
Cette épreuve comporte : 3 pages + annexe

PARTIE I (8 points)

Question 1

La gestion utilise des concepts et des techniques (statistiques, mathématiques,...) et se base sur des essais de formalisation des connaissances : il s'agit donc d'une science. Commentez après avoir défini le concept de gestion.

Question 2

Elton Mayo a mis en valeur un élément important qui a été ignoré par les auteurs classiques. Lequel ? Peut-on considérer que l'analyse d'Elton Mayo est complète ?

Question 3

Faites une nette distinction entre l'environnement de l'entreprise avant et l'environnement de l'entreprise actuel sur la base des éléments suivants. **Recopiez le tableau.**

	Environnement de l'entreprise Avant	Environnement de l'entreprise actuel
Caractéristiques		
Structure de l'organisation		
Style de direction		
Facteurs de performance		
Attitude de l'entreprise		

PARTIE II (12 points)

EXERCICE D'APPLICATION

Samsung Tunisie dispose d'une unité de production qui, par sa situation géographique à proximité de l'Europe, et par les coûts de fonctionnement aussi compétitifs, est devenue l'un des piliers industriels du groupe Samsung classé deuxième entreprise la plus innovante au monde. Au cours du dernier exercice, la répartition du coût entre les différentes références du catalogue de l'entreprise, établie par le service comptabilité a été la suivante:

Références	Volume	Coût unitaire en dinar
R1	1000	2,5
R2	500	5
R3	400	12,0
R4	200	36,0
R5	2900	0,5
R6	2200	0,75
R7	700	0,6
R8	600	0,9
R9	2000	0,01
R10	2500	0,01
R11	20	1500,0
R12	10	2500,0
R13	5	5000,0
R14	15	50,0
R15	5000	0,002

Samsung souhaite analyser son stock et identifier les différentes catégories d'articles qui sont nécessaires à l'assemblage et à la création des différents produits. A cet effet, la mise en œuvre d'un système efficace mais coûteux a été envisagée. Le directeur se demande s'il est nécessaire d'appliquer cette méthode à l'ensemble du stock, dont certains articles ne représentent qu'un très faible pourcentage de valeur. En tant que responsable de gestion des stocks, le directeur de société vous demande de lui préparer une note-rapport dans laquelle vous allez :

1. Présentez le tableau des calculs nécessaires à l'analyse ABC
2. Indiquez les groupes de modèles
3. Représentez la courbe traduisant les résultats obtenus.
4. Interprétez les groupes de modèles
5. Quelle est l'utilité de cette méthode?

Pour ce faire, utilisez le seuil de 20/80

ETUDE DE CAS : L'analyse marketing du parfum "Le Mâle" de Jean-Paul Gautier

A partir de vos connaissances théoriques et après lecture du texte, vous répondez aux questions suivantes :

- 1) Quels sont les deux principes de base du marketing ?
- 2) Quels sont les objectifs fixés par Jean-Paul Gautier à travers sa politique du produit? Que pensez-vous de ces objectifs ?
- 3) Quelle est la démarche de fixation de prix adoptée par l'entreprise ?
- 4) Qu'est-ce qu'une politique d'écrémage ?
- 5) Comment peut-on qualifier la publicité pratiquée par Jean-Paul Gautier ?

BON TRAVAIL

Analyse marketing du parfum "Le Mâle" de Jean-Paul Gaultier

2/11/2013

Dans cet article, nous aborderons le marketing mix de l'enseigne Jean-Paul Gaultier, et nous prendrons des exemples plus particulièrement avec le parfum mondialement connu, "Le Mâle" qui était le parfum numéro 1 sur le marché jusqu'en 2010, et l'arrivée du parfum de Paco Rabanne One Million.

- **Analyse du produit** : La première chose que l'on peut remarquer en voyant ce parfum dans les enseignes le proposant est son packaging pour le moins original. En effet, le parfum a pour packaging une "boîte de conserve". Pourquoi avoir choisi ce packaging ? Tout simplement, selon moi, pour se distinguer de ses concurrents et créer le buzz, car l'aspect boîte de conserve pour un parfum de luxe est assez paradoxal, étant donné que les produits dans les boîtes de conserves sont considérés la plupart du temps, selon la classification de l'économiste Giffen, comme étant des biens de consommation inférieurs voire normaux. Le deuxième aspect, qui concerne le contenant du parfum, représente un buste de marin, ce qui est l'emblème de la marque et qui se trouve cohérent avec les produits de luxe.

- **Analyse du prix** : La politique prix de ce parfum est une politique d'écrémage (prix élevé) comparé à la moyenne du marché, ce qui renforce encore plus cette image de luxe de la marque.

- **Analyse de la communication** : L'entreprise, pour la promotion de son parfum, a décidé de réaliser une campagne média avec l'utilisation de la télévision, mais aussi d'utiliser de la communication hors média tels que la PLV, l'ILV et des offres spéciales pour les fêtes (Noël, fête des pères...). Ci-dessous, vous trouverez un exemple de PLV pour le parfum "Le Mâle".

- **Analyse de la distribution** : L'enseigne a recours à des canaux de distribution courts (Jean-Paul Gaultier -> Enseigne spécialisée -> consommateur) avec un système de distribution sélective. L'entreprise a également mis en place un site internet marchand afin de vendre directement au consommateur et d'augmenter sa marge financière.

Proposé par WordPress.com. Thème Freshy.

PVL = Publicité sur le lieu de vente

ILV = Information sur le lieu de vente