



Sujets d'examens

UM1, AES, licence 3, 2012-2013, semestre 1

Les sujets sont fournis à titre indicatif et ne sauraient engager l'équipe pédagogique sur un type précis de sujet



DROIT PUBLIC ECONOMIQUE

LICENCE 3 AGT

Semestre 5 - Année universitaire 2012-2013

2^e session

Durée : 2 heures

M^{elle} Ludivine CLOUZOT, *Maître de conférences*

Veillez traiter, AU CHOIX, l'un des deux sujets suivants sous forme de PLAN DETAILLE :

1) Dissertation :

« L'influence du droit de la concurrence sur le droit public économique »

2) Commentaire de texte :

« Le droit public économique est de plus en plus tributaire du droit de l'Union européenne, tout comme l'est l'ensemble de notre système juridique, qu'il s'agisse du droit privé ou du droit public. S'y retrouvent donc les principaux effets de ce droit dont la prééminence sur le droit national en cas de conflit n'est en principe plus discutée et qui s'affirme de plus en plus comme une source de droit interne dans l'ensemble de l'Union européenne. (...) Mais la question essentielle, s'agissant plus spécifiquement du DPE, est de savoir si, par son orientation essentiellement libérale, l'Union n'est pas de nature à contrecarrer les avancées nationales de ce droit dans des pays qui, comme la France, comportent encore un secteur public à travers lequel la puissance publique entend affirmer sa présence et l'exercer au moyen de règles juridiques adéquates (...) ».

J.-P COLSON, P. IDOUX, *Droit public économique*, LGDJ, 2010, p. 29

EXAMEN DE MARKETING FONDAMENTAL

Marie-Christine LICHTLE

DUREE : 2 HEURES

DOCUMENTS ET CALCULATRICES NON AUTORISES

PREMIERE PARTIE

(12 POINTS)

1. Quelle est la démarche marketing ?
Est-elle applicable dans tous les domaines ? **(3 POINTS)**

2. Comment peut-on définir l'attitude ? Quelles sont ses trois composantes ? **(4 POINTS)**

3. Pourquoi l'étude du comportement du consommateur est-elle importante ?
(2 POINTS)

4. Comment peut-on définir la distribution ?
Quelles sont les décisions que doit prendre un fabricant en matière de distribution ?
(3 POINTS)

DEUXIEME PARTIE : exercice

(8 POINTS)

Amandine a recueilli dans le cadre d'une étude plusieurs définitions du marketing émanant de professionnels d'horizons différents. Commenter les différentes réponses :

- Un responsable d'une agence immobilière lui a répondu que le marketing regroupait toutes les techniques, méthodes et moyens dont un agent immobilier avait besoin pour satisfaire les besoins d'acheteurs potentiels et de vendeurs.
- D'après l'oncle d'Amandine, ingénieur de formation, la notion de marketing n'est apparue que récemment dans son entreprise. Il en est de même de la nécessité pour les secteurs techniques de mettre en œuvre des politiques marketing, en particulier pour accompagner les innovations.
- Un professeur de ressources humaines, interrogé par Amandine, lui a expliqué qu'il existait un marketing des ressources humaines dont l'objectif était d'attirer et de retenir les profils à haut potentiel dans l'entreprise, de promouvoir les valeurs de l'entreprise, et de montrer l'attractivité de l'entreprise pour fidéliser les salariés.
- Un professeur de mathématiques lui a dit que le marketing, c'était la publicité, que ce n'était que du vent et pas du tout une science.