

Test de connaissances Master Marketing et Action commerciales

I -Management:

Question 1: Le cabinet A.O. Little propose une répartition des technologies qui constituent des facteurs-clés de succès en plusieurs grandes catégories. Lesquelles ?

- ☐ a) les technologies de base
- ☒ b) les technologies clés
- ☐ c) les technologies de veille
- ☒ d) les technologies émergentes
- ☐ e) les technologies de pointe

Question 2: Quels sont les inconvénients de la stratégie de diversification ?

- ☐ a) répartition des risques liés à la conjoncture
- ☒ b) renforcement d'unité entre les différentes activités
- ☒ c) dispersion des ressources
- ☐ d) investissements peu importants
- ☐ e) culture et identité diluées

Question 3: Parmi les propositions suivantes, concernant la production en flux tendus, laquelle (ou lesquelles) représente(nt) un inconvénient ?

- ☒ a) incapacité à faire face à des variations importantes de la demande
- ☐ b) le stock est maximal
- ☒ c) incapacité à faire face à des ruptures d'approvisionnement
- ☐ d) l'entreprise est peu réactive

Question 4: Le Concept de Gouvernance vise à :

- ☐ A - Définir le rôle des actionnaires
- ☒ B - Encadrer le rôle des actionnaires
- ☐ C - Accroître le rôle des actionnaires
- ☐ D - Donner le plein pouvoir aux actionnaires

de l'approche :

Question 5 :

- A - Mécaniste
- B - Taylorienne
- C - Sociotechnique
- D - Humaniste

Question 6 : L'ouvrage de Likert qui met en évidence les styles de direction est :

- A - le gouvernement participatif
- B - Harvard Business
- C - One Best Way
- D - le métier de patron

Question 7 : La distinction des facteurs d'hygiène et des facteurs de motivation est établie par :

- A - Maslow
- ☒ B - Herzberg
- C - Mac Gregor
- D - Crozier

Question 8 : Quelle grille met en relation l'intérêt porté aux hommes et aux problèmes humains et l'intérêt porté à la production :

- A - la grille d'Archier et Sevelyx
- B - la grille de Blake et Mouton
- C - la grille de Mc Gregor
- D - la grille de Servan Schreiber

Question 9 : Le « SONCAS » est une méthode pour connaître

- A - Les motivations de vente
- B - Les motivations d'achat
- ☒ C - La typologie de l'entreprise
- D - La structure de l'entreprise

Question 10 : Deux routiers doivent se rejoindre à un point de livraison. Le premier doit parcourir 80 km et le second 100 km. Ils partent en même temps. A quelle vitesse doit rouler le second pour arriver en même temps que le premier, sachant que le premier se déplace à une vitesse de 60 km/h ?

- A - 120 km/h
- B - 100 km/h
- C - 90 km/h
- D - 80 km/h
- ☒ E - 75 km/h

80 km

100 km

60 km/h

60 km/h

II - Marketing et action commerciale :

Question 11 : La démarche de segmentation consiste à

- a - découper le marché en groupes de consommateurs hétérogènes ;
- b - vérifier l'existence de plusieurs segments ;
- c - découper le marché en groupes de fabricants similaires ;
- ✓ ☒ d - retenir un critère de découpage pour former des groupes homogènes de clients.

Question 12 : La contre segmentation est une stratégie marketing qui

- A - segmente le marché avec un nouveau critère ;
- B - considère qu'il n'est pas nécessaire de segmenter le marché ;
- C - Considère qu'il faut subdiviser les segments actuels ;
- ✓ ☒ D - Prévoit une diversification des goûts de la clientèle.

Question 13 : Le taux de présence

- A - Le chiffre d'aff. / le chiffre d'affaires de la catégorie de produits ;
- ✓ ☒ b - Le chiffre d'affaires réalisé par les magasins dans lesquels la marque est présente ;
- C - Le nombre d'acheteurs de la marque par rapport au nombre d'acheteurs de la catégorie de produit ;
- ✓ ☒ D - Le chiffre d'affaire de la marque dans les seuls magasins dans lesquels elle est présente

Question 14 : Les trois étapes d'une démarche stratégique sont par ordre :

- A - Ciblage – Positionnement – Segmentation.
- B - Positionnement – Segmentation – Ciblage.
- C - Segmentation – Ciblage – Positionnement.
- ✓ ☒ D - Ciblage – Segmentation – Positionnement.
- E - Segmentation – Positionnement – Ciblage.

Question 15 : Parmi les groupes de consommateurs suivants, lesquels ne font pas partie du marché potentiel d'une entreprise

- A - Les consommateurs potentiels absolus
- B - Les non consommateurs relatifs
- C - Les consommateurs actuels de la marque
- ✓ ☒ D - Les non consommateurs absolus

Question 16 : Le cycle de vie du produit est :

- A - Un cadre d'analyse théorique des ventes sur les marchés
- B - Un outil de prédiction des ventes lors du lancement d'un produit
- C - Correspond au potentiel de ventes du produit sur le marché
- ✓ ☒ D - Correspond à la réalité de l'évolution des ventes sur les marchés

- C - la méthode de la racine carrée
- D - la méthode de la racine carrée

Question 18 : est une stratégie de tarification qui vise à fixer un prix très élevé.

- ☒ A - la stratégie d'écrémage
- B - la stratégie de pénétration
- C - la stratégie d'ajustement

Question 19 : Un prix peu élevé :

- A - renvoie une image de mauvaise qualité
- B - donne une bonne image
- C - m

Question 20 :

- A - Vrai
- ☒ B - Faux

Question 21 : Le « SONCAS » est une méthode pour connaître :

- A - Les motivations de vente
- B - Les motivations d'achat
- ☒ C - la typologie de l'entreprise
- D - La structure de l'entreprise

Question 22 : Une motivation dans le but de se faire plaisir s'appelle :

- ☒ A - Oblative
- B - Hédoniste
- ☒ C - Auto-expression
- D - plaisant

Question 23 : Une motivation oblativ est :

- ☒ A - pour se faire plaisir
- B - faire plaisir aux autres
- ☒ C - motivation intellectuelle
- D - motivation physique

Question 24 : Une négociation intégrative où les interlocuteurs

- ☒ A - cherchent un protocole
- B - restent sur leurs positions
- C - active
- D - passive

Question 25 : L'empathie veut dire :

- ☒ A - Se mettre à la place du client
- B - Se formuler à la place du client
- C - Donner un argument
- D - être sympathique.

Test de connaissances

Master Marketing et action commerciale

I - Marketing général :

1 - Les motivations SONCAS, Pourquoi et comment l'utiliser ?

2 - Décrire le processus de décision de la perception du besoin à la satisfaction

- Quel est son utilité et les précautions à prendre ?

3 - Quelle est la méthode de positionnement, pourquoi et comment l'utiliser

- Quel est son utilité et les précautions à prendre ?

II - Techniques commerciales :

1 - Comment préparer une négociation, citer l'une des méthodes que vous connaissez ?

2 - Comment se gère le face à face dans une négociation ?

Bonne chance à tous.