

CONNAISSANCES
DE L'ENTREPRISE

Semestre 1

EXAMEN Connaissance de l'entreprise X7BB042

Enseignant : Olivier GODARD

durée : 20 minutes

Barème : sur 20 points et ramener à 7 points.

Chacune des questions est notée sur 1 point.

Aucun document autorisé

ATTENTION : dans les QCM, il n'y qu'une seule bonne réponse. Une seule case ne peut être cochée...

Numéro D'anonymat :

1. Donnez une définition de la boucle de communication.

2. Faire un schéma de la boucle de communication

3. La notion de feed back

- est une réponse positive de votre récepteur
- est une réponse verbale de votre interlocuteur
- est une réponse non verbale de votre récepteur
- est une réponse orale et comportementale de votre récepteur

4. donnez une définition de la proxémique

Numéro D'anonymat :

5. L'organisation pyramidale de l'entreprise

- permet une parfaite circulation de l'information interne
- indique une organisation transparente
- permet de connaître le positionnement de chaque personne
- est synonyme d'organisation matricielle

6. En proxémique, deux zones sont utilisables en environnement professionnel

- VRAI FAUX

7. Le CV :

- est un document devant comporter obligatoirement une photo
- est un document papier
- est un document unique
- doit comporter une rubrique loisirs

8. L'entretien de recrutement comprend 4 phases

- VRAI FAUX

9. Comment exprime t-on le salaire lors d'un entretien de recrutement ?

- en K€ bruts / an sur 12 mois
- en K€ nets /an
- en K bruts /an
- en K€ bruts /mois

Numéro D'anonymat :

10. Une entreprise de type « start-up » est organisée en mode « rateau ».

VRAI FAUX

11. Le CV est un document conceptuel personnel permettant

- d'identifier les qualités et défauts du candidat de façon certaine
- de comprendre le profil du candidat notamment en tant qu'individu ainsi que dans des environnements spécifiques comme le monde professionnel ou la vie sociale
- de finaliser un recrutement
- de comprendre le profil du candidat notamment en tant qu'individu ainsi que dans des environnements spécifiques comme le monde professionnel et la vie sociale

12. En communication verbale, les canaux sensoriels sont

- le canal perceptif
- les canaux verbaux et non verbaux
- le canal kinesthésique, le canal conscient et le canal inconscient
- les canaux : visuel, auditif et kinesthésique

13. La zone intime ne peut jamais être franchie, elle déclenche obligatoirement une réponse forte et brutale chez l'Homme quelque soit la situation

VRAI FAUX

14. Dans un CV on mentionne obligatoirement

- sa nationalité même quand on postule en France
- CURRICULUM VITAE
- Permis B et/ou véhicule personnel
- tous les permis qu'on possède

Numéro D'anonymat :

15. les différentes étapes chronologiques d'un entretien de recrutement sont

- les phases d'identification des compétences, d'évaluation des compétences, de découverte de l'entreprise, de validation du projet de recrutement
- les phases de découverte du candidat et de l'entreprise, d'identification et d'évaluation des compétences et enfin de validation de la candidature
- les phases de découverte, d'identification des critères personnelles et enfin de validation de la candidature d'un point de vue financier
- aucune de ces propositions

16. En phase de validation lors d'un entretien on s'exprime avec des questions ouvertes

- VRAI FAUX

17. Dans un CV il est impératif de spécifier son statut marital pour prouver sa mobilité ou sa disponibilité

- VRAI FAUX

18. Dans une définition de poste normalisée on mentionne le salaire.

- VRAI FAUX

19. 20 Dans la phrase « dans cette perspective d'évolution de poste, j'entrevois de vraies possibilités », à quel(s) canal(aux) sensoriel(s) fait-on référence ? Vous donnerez un autre exemple sur un (d') autre(s) canal(aux) sensoriel(s). (question sur 2 points)

EXAMEN FINAL
Connaissance de l'entreprise MARKETING X7BB042

Enseignantes : Anne ARDENOIS, Nadège PREL
Durée de l'épreuve : 1 heure 40 minutes
Barème sur 13 points : Partie A : 8 points / Partie B : 5 points
Aucun document autorisé
Calculatrice autorisée

Numéro d'anonymat : _____

Partie A. Les étapes de la démarche marketing (8 points)

1. Analyse du marché (2 points)

L'analyse du marché est généralement divisée en trois grandes parties :

- L'analyse de la _____
- L'analyse de l' _____
- L'analyse de l' _____ de ce marché (_____)

2. SWOT : (2 points)

Le SWOT est une méthode d'analyse-diagnostic formulée en quatre rubriques :

- _____ et _____ de l'environnement
- _____ et _____ de l'entreprise

3. Définition du Ciblage et du Positionnement (2 points)

L'entreprise choisit le ou les _____ qui représentent le meilleur potentiel pour elle, c'est à dire ceux qu'elle peut satisfaire le plus efficacement.

Les _____ retenus constituent sa _____.

Un bon positionnement permet de prendre _____ dans l'esprit du consommateur correspondant à ses _____.

4. Définition du Marketing-Mix (2 points)

Le Marketing-Mix correspond aux outils à la disposition de l'entreprise pour atteindre ses objectifs auprès du marché visé. On les appelle les « 4P » :

- _____
- _____
- _____
- _____

Numéro d'anonymat : _____

Partie B. Calcul du prix psychologique (5 points)

Au lancement d'un nouveau produit, une société a procédé à une enquête auprès de 1000 consommateurs afin de déterminer le « prix psychologique », c'est-à-dire le prix acceptable par le plus grand nombre de consommateurs.

Un échantillon de consommateurs représentatifs du marché de ce nouveau produit a répondu au questionnaire suivant :

- Prix minimum : « Au-dessous de quel prix n'achèteriez-vous pas ce produit, car vous penseriez qu'il n'est pas de bonne qualité ? »
- Prix maximum : « Au-dessus de quel prix n'achèteriez-vous pas ce produit, car vous le jugeriez trop cher ? »

Les réponses données par les consommateurs sont répertoriées dans le tableau suivant par niveau de prix minimum et niveau de prix maximum.

Niveaux de prix	Prix minimum			Prix maximum			% acheteurs potentiels 100-(A+B)
	Nombre de réponses	%	% cumulé décroissant (A)	Nombre de réponses	%	% cumulé croissant (B)	
30	120			0			
45	150			0			
60	190			40			
95	230			90			
110	260			150			
125	40			210			
140	10			280			
165	0			160			
180	0			70			

1. Complétez le tableau (3 points)

2. Déterminez le prix psychologique (1 point) : _____

3. Déterminez le prix qui permet de maximiser le chiffre d'affaires (1 point) : _____