

# Test

## 1. Le SIM: Système International Marocain Système d'Information Mercatique

- Statut Indépendant Merchandiser
- Souscription Interne Majorée

## 2. Dans un marché générique, il existe :

- Un marché principal
- Un marché indépendant
- Un marché bilatéral
- Le marché principal, substitut et complémentaire

## 3. Une part de marché relative se calcule en fonction de son CA

- sur le CA de l'entreprise leader
- Son CA sur celui du marché
- De sa marge sur son CA
- De son bénéfice sur son CA

## 4. Un bien anormal est :

- un bien de grande consommation
- un bien alimentaire
- un service
- un bien dont la demande n'est pas régulière

## 5. Un non-consommateur relatif est :

- un consommateur qui dit toujours non
- un consommateur qui dit jamais non
- un consommateur qui n'a pas encore consommé
- un consommateur indécis

## 6. Un prescripteur est un individu qui :

- achète
- revend
- consomme
- influence l'acte d'achat

## 7. Maslow a catégorisé :

- trois niveaux de besoin
- cinq niveaux de besoin
- sept niveaux de besoin
- neuf niveaux de besoin

**8. Les motivations d'achat peuvent être** hédonistes, obligatives, d'auto-expression

- liées à des peurs
- viennent de l'influence de la famille
- viennent de l'influence du groupe

**9. Le CNC est:**

le conseil national des constructeurs  
le conseil national des cheminots  
le conseil national des collaborateurs  
le conseil national de la concurrence

**10. Le B to B sont les relations:**

d'entreprises à clients  
d'entreprises à fournisseurs  
d'entreprises à distributeurs  
d'entreprises à entreprises

**11. Le marketing mix est aussi**

un mixage de plusieurs produits  
un mixage de plusieurs formes de marketing  
un plan de marchéage  
un mixage marketing américain

**12. Une politique de pénétration est**

une politique de prix  
une technique de vente  
une stratégie de distributeurs  
une technique d'achat

**13. Un point de vente supérieur a 2500 m2 est**

un supermarché  
un hypermarché  
un hard discount  
une superette

**14. Le fondateur d'Auchan est:**

Monsieur Fournier  
Monsieur Leclerc  
Monsieur Doubin  
Monsieur Mulliez

**15. Les critères de la segmentation sont :**

homogénéité, accessibilité, rentabilité  
homogénéité et la congruence  
accessibilité et rentabilité  
rentabilité et différenciation

**16. Une étude de marché composé de :**

Une étude documentaire

Une étude documentaire et une étude qualitative

Une étude documentaire et une étude quantitative

Une étude documentaire, une étude quantitative et qualitative

**17. Un panel est :**

un produit automobile

un échantillon fixe et représentatif de ménage

un bien consommable

un bien anormal

**18. La DN est :**

une composante de notre corps

une direction nationale des consommateurs

la division numérique des segments

la distribution numérique

**19. La matrice BCG regroupe :**

une variable

deux variables

trois variables

quatre variables

**20. Secodip est :**

un institut de sondage pour les consommateurs

un institut de sondage pour les distributeurs

un institut de sondage politique

un institut de sondage sportif

**21. Un besoin est :**

naturel

artificiel

état de manque

un état second du consommateur

**22. Une carte perceptuelle est appelée aussi**

le mapping

carte ING

carte blanche

carte verte

**23. Le prix psychologique est :**

le prix que le consommateur est prêt à mettre pour se satisfaire du bien

un prix mental

un prix interdit

un prix rond

**24. Les ententes commerciales entre plusieurs entreprises sont :**

autorisées  
admises  
interdites si elles faussent la libre concurrence  
autorisées après accord du ministre des finances

**25. Le marchandisage sont :**

des techniques marchandes du point de vente  
des techniques de vente d= point marchand  
une unité commerciale virtuelle  
une unité commerciale physique

**26. La couleur des produits fait partie intégrante :**

marchandisage de séduction  
marchandisage de gestion  
marchandisage d'organisation  
d'aucun ensemble

**27. La GRC est aussi appelée :**

U TCC  
CRM  
RCM  
MRC

**28. La matrice d'ANSOFF est :**

une matrice de diversification de l'entreprise  
une matrice managériale  
une matrice de centralisation des pouvoirs de l'entreprise  
une matrice de classement de produits de l'entreprise

**29. Une double marque se compose de :**

deux marques jumelles  
une marque mère et une marque fille  
d'une marque utilisant le même nom  
deux marques aux stratégies identiques

**30. Le marketing glocal est**

mix de plusieurs stratégies  
un mix de stratégie globale et de stratégie locale  
un marketing spécifique à l'international  
un marketing spécifique à l'industrie

**31. La stratégie multipolaire est :**

une stratégie à plusieurs axes  
une stratégie liée à plusieurs activités  
une stratégie internationale différente par activité  
une stratégie locale liée à l'export

**31. Pour garantir ses factures à l'export, une entreprise passe par**

la COFACE

l'ANVAR

la CEE

la BFCE

**33. Les 3 phases de l'internationalisation sont appelées:**

phase primaire, secondaire, tertiaire

phase 1. 2. 3.

phase de développement

phase initiatique, géographique, internationale

**34. Cette association a pour rôle de définir les normes au niveau international**

USSA

CPE

ISO

OCP

**35. Site web où peuvent négocier acheteur et vendeur:**

market place

trade marketing

local place

final place

**36. Marketing spécialisé d'entreprise à entreprise**

one to one

B to B

B to C

C to B

**37. Organisme international qui publie des annuaires et des bases de données**

CCI

OCDE

CEE

CI

BFCE

**38. Abréviations utilisées en marketing direct dans lequel la première signifie le pays d'origine, la deuxième le pays de transit, la troisième le pays destinataire**

OTD

BDA

UVR

ABC

**39. Relations clients par le web :**

e.customer

e.market

e.crm

e-exchange

**40. Découvreur d'une marque**

early adopter  
e.precursor  
e.decouvreur  
e.one

**41. Cession de licence consiste à accorder à une entreprise locale le droit de fabriquer et de commercialiser**

Le concédant  
Le know-how  
Le franchiseur  
Le donateur

**42. Les task forces sont :**

groupe de travail abordant un projet individuel  
force des entreprises à l'export  
des groupes de travail de différents pays abordant un projet commun  
des individus gérant un groupe de travail

**43. Structure pour obtenir des aides au développement à l'export pour une innovation technologique**

ANVAR  
OMPI  
INPI  
AFNOR

**44. Elle élabore des normes françaises et représente la France dans des organismes européens:**

CFCE  
BDE  
CCI  
AFNOR

**45. Une opération permettant de transmettre des créances de l'entreprise à un établissement financier**

le transfert  
l'échange  
une donation  
le factoring

**46. Il centralise les règles internationales pour l'interprétation des termes commerciaux :**

centralisateur Et incoterms  
recueil de données  
règlement international

**47. Il permet de réaliser des opérations d'export et de ré-import des mêmes marchandises en suspension de droits et de taxes**

Le carnet ATA

Le carnet des douanes

Le carnet des opérations de change

Le carnet des transferts de marchandises

**48. Un DAU est :**

un sigle administratif

une mention obligatoire à l'export

une facture commerciale

un document administratif unique

**49. Les incoterms sont :**

des services dédiés à l'export

des règles internationales pour les interprétations des termes commerciaux

des filiales de la CCI

des modes de transport

**50. La coface propose :**

des assurances prospections qui garantissent l'insuccès à l'export

des partenariats avec un établissement public

des partenariats avec des établissements spécialisés

des partenariats avec des spécialistes de bases de données impôt

**51. L'ANVAR délivre :**

des subventions remboursables en cas de succès

des subventions non remboursables

des subventions pour les entreprises commerciales

des subventions ciblées pour l'industrie

**52. La BFCE est :**

une banque de dépôt

une banque patrimoniale

une banque spécialisée à l'export

une banque généraliste

**53. La cofise permet :**

Le financement des investissements

Le financement des emprunts à courts termes

Le financement des stocks

Le financement des emprunts à longs termes

**54. L'INPI est :**

L'institut National de la Propriété Industrielle et Intellectuelle  
L'Institut National des Professions Indépendantes  
L'Institut National des petites industries  
L'Institut National pour l'importation

**55. La NOREX est :**

un établissement financier  
un établissement d'assurance export  
une filiale de la BFCE  
un établissement qui permet l'adaptation du produit aux normes en vigueur à l'export

**56. La DREE donne:**

des conseils en matière de politique marketing  
des conseils en matière d'investissement  
des conseils en politique générale en matière de commerce international  
des conseils en matière de stratégie commerciale

**57. Les contraintes et les risques à l'exportation sont :**

physiques  
physiques, culturelles, économiques, administratives et politiques  
économiques, administratives et politiques  
culturelles

**58. L'OMPI est**

un titre de change  
office mondiale de la propriété industrielle  
un document administratif du service des douanes  
organisation mondiale pour l'importation

**59. Les CCIFE sont :**

les CCI françaises à l'étranger  
des banques spécialisés à l'exportation  
ne sont pas des établissements consulaires  
les CCI françaises

**60. Pour calculer l'échantillon par une méthode probabiliste, il faut appliquer**

$$n = t^2 * \frac{pq}{e^2}$$

$$\frac{n - t^2 * pq}{e^2}$$

$$\frac{n < t^2 * pq}{e^2}$$

$$\frac{n > t^2 * pq}{e^2}$$



**61. La méthode qui consiste à analyser les résultats s'appellent**

le tri  
le dépouillage  
l'ordonnance  
le dépouillement

**62. Un panel est :**

un échantillon permanent et fixe d'individu  
une structure de contrôle de la DGCCRF  
un organisme d'information  
une boisson rafraîchissante

**63. La méthode d'échantillonnage non probabiliste s'appelle aussi**

tirage au sort  
sondage en grappe  
sondage stratifié  
empirique

**64. la SOFRES est :**

un groupe agroalimentaire  
un groupe informatique  
un centre d'information français des hypermarchés  
un panéliste

**65. Le pourcentage qui représente le nombre de points de vente présentant un produit considéré par rapport au total des points de vente s'appelle**

la distribution valeur  
un panel  
la distribution numérique  
la distribution intensive

**66. Une cible est constituée d'une population féminine de 20 000 femmes. Une annonce doit être publiée dans 2 magazines Marie-France et Femme Pratique. L'audience respective est de 3 156 000 femmes et 2 262 000 femmes. Le nombre de contacts de la cible avec le message publicitaire sera de :**

5 418 000  
6 125 000  
6 214 000  
5 538 000

**67. Sachant qu'il existe une duplication des journaux sur cette cible de 1092 000 lectrices, la couverture de Marie France et Femme pratique sera de U 5 115 000 J 4 528 000 104326000 J 5 215 000**

**68. La couverture en pourcentage des 2 journaux sera de :**

18,12 %

24,15

21,63%

19.23 %

**69. La distribution de contacts sur Marie France, sur la base d'une insertion sera de :**

2 064 000

2 122 000

3 128 000

2 612 000

**70. La distribution de contacts sur Femme pratique sur la base d'une insertion sera de**

1 315 000

1 125 000

1 170000

1 250 000

**71. La répétition moyenne sur la cible sera de :**

1.32

1.42

1.26

1.25

**72. Le nombre de GRP sera de:**

29

22

25

27

**73. Une entreprise envoie 10 000 messages et reçoit en retour 100 commandes, l'efficacité de sa publicité directe sera de :**

6 %

5 %

3%

1%

**74. Un éditeur adresse 100 000 messages sur un fichier et propose aux personnes ainsi sélectionnées de recevoir gratuitement un catalogue de livre. L'éditeur reçoit 3000 commandes de catalogue qui seront suivies de 300 commandes. L'efficacité de cette opération sera de :**

14%

20%

10%

12%

**75. Un échantillonnage donne les résultats suivants : sur 100 foyers, 51 % n'ont pas achetés les produits. L'échantillonnage a coûté 3.50 euros par foyer. La marge par produit sera de 1.20 euros. La rentabilité de cette opération sera atteinte au bout du :**

- 4ème achat
- 5ème achat
- 6ème achat
- 10ème achat

**76. Une opération de couponning donne le résultat suivant : sur 100 coupons distribués à domicile comportant une réduction de 0.50€, il y a 30% de remontée, on note une mi-rédemption de 20% du total des bons échangés, le coupon pour 100 exemplaires est revenues à 60€, la marge par produit est de 1,20€. La rentabilité de cette opération sera atteinte au bout de :**

- 1er achat
- 2ème achat
- 3ème achat
- 6ème achat

**77. Le chiffre d'affaire annuel d'un commercial est de 1500 000€, la marge brute est de 600 000€. Le nombre de visite par an est de 1500, son salaire chargé est de 120 000€, ses frais de déplacement 30 000€. Le coût d'une visite sera de :**

- 190€
- 100€
- 120€
- 90€

**78. Le chiffre d'affaire par visite sera de :**

- 1200€
- 1300€
- 1000€
- 1500€

**79. La marge brute commerciale par visite sera de:**

- 400€
- 350€
- 500€
- 550€

**80. Un supermarché a vendu 5 610 unités dont le stock moyen est 187, le prix d'achat de 2,46 €, le prix de vente 2,86€, le prix de vente public 2,86, la TVA est de 7%. La rotation financière sera de :**

- 29.40
- 35.80
- 32.40
- 33.20

**81. Un produit est vendu 2.70€ et acheté 2.46 HT. Le taux de marque est de :**

8.8

7.2

6.8

5.9

**82. Dans un hypermarché, les ventes annuelles d'un produit sont de 51200 unités, le prix d'achat est de 2.48€ HT, son prix de vente est de 2.70€ HT et le linéaire développé de 3.60 mètres. Le rendement linéaire sera de :**

4 026 euros

3 128 euros

3 356 euros

4 224 euros

**83. Une entreprise réalisé un chiffre d'affaire de 10 000 000€, ses frais variables sont de 6 000 000€, ses frais fixes de 3 000 000€. Le seuil de rentabilité sera de :**

5 400 000€

7 500 000€

7 800 000€

9 000 000€

**84. Un point de vente décide de réduire pendant 15 jours son prix de vente consommateur en faisant une promotion de 10% sur un produit vendu de 12€ HT et acheté 8€ HT. Les ventes régulières de ce produit sont de 800 par semaine. Pour rentabiliser son opération promotionnelle, le point de vente devra vendre par semaine :**

364 produits

343 produits

275 produits

500 produits