

MG03 - 2015

Jeux d'entreprise :

Application des méthodes de gestion comptables et économiques

Examen

lundi 22 juin 2015

Durée de l'épreuve : 2 heures

NOM :.....

Prénom :.....

Vous pouvez répondre directement sur le sujet

Aucun document n'est autorisé

Responsables de l'UV : PICARD Fabienne et LOREK Maria

A. Questions ouvertes (12 points)

1. Quelle est la différence entre le prix psychologique et le prix de la concurrence ? (0,5 point)

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

2. Définissez le marketing et précisez quelle est son utilité ? (1 point)

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

3. Comment l'introduction de la notion de « valeur client » change la pratique de l'entreprise ? (1 point)

1).....
.....

2).....
.....

3).....
.....

4).....
.....

5).....
.....

4. Quelles sont les tâches inhérentes à la fonction du marketing ? (1 point)

1).....

2).....

3).....

4).....

5).....

6).....

5. Quels sont les avantages de l'analyse de la valeur de biens ? (1 point)

1).....

2).....

3).....

4).....

5).....

6).....

7).....

8).....

6. Quelles sont les différences entre les produits standards et les produits personnalisés ?
Donnez des exemples de produit. (1 point)

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

7. Quelles sont les différences entre la productivité à l'unité et en continu ? (1 point)

- 1).....
.....
.....
- 2).....
.....
.....
- 3).....
.....
.....
- 4).....
.....
.....
- 5).....
.....
.....

8. En quoi consiste l'adaptation de produit à l'utilisateur ? (1 point)

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

9. Quelle est la mission principale du génie industriel ? (1 point)

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

10. Donnez deux exemples de pratiques du génie industriel. (0,5 point)

1).....
.....
.....
2).....
.....
.....

11. Quelles sont les différences entre la croissance organique et la croissance externe ? Mettez en avant les limites et les avantages de ces deux stratégies de développement. (1 point)

1).....

.....

.....

2).....

.....

.....

3).....

.....

.....

4).....

.....

.....

12. Quel est le rôle de la bourse ? (1 point)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

13. Quel est l'intérêt d'acheter des actions ? (1 point)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

QCM (0,5 point par réponse juste ; -0,25 par réponse fausse) (4 points)

1. L'apport nouveau de la part des actionnaires est présenté sous forme de dividendes
 - a. Vrai
 - b. Faux
2. La notoriété est l'indicateur mesurant le degré de connaissance par le public d'un produit et d'une marque
 - a. Vrai
 - b. Faux
3. La différence positive entre le prix de cession d'une immobilisation et sa valeur nette au bilan est présentée comme la moins-value
 - a. Vrai
 - b. Faux
4. La situation nette correspond à la valeur comptable de l'entreprise
 - a. Vrai
 - b. Faux
5. Les liquidités disponibles correspondent à la trésorerie positive
 - a. Vrai
 - b. Faux
6. Le marché potentiel représente les quantités de biens susceptibles d'être vendus pendant une période donnée
 - a. Vrai
 - b. Faux
7. L'amortissement mesure la découverte bancaire
 - a. Vrai
 - b. Faux
8. Le personnel productif fait partie des facteurs de production
 - a. Vrai
 - b. Faux

C. Exercice d'application (4 points)

Inventez un produit en mettant en avant ses atouts pour les consommateurs et puis répondez aux questions

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

1) Comment vous allez adapter votre produit/service aux besoins de consommateurs ?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

2) Comment vous allez définir les prix de votre produit ?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

3) Comment vous allez rendre votre produit/service « accessible et disponible » ?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

4) Comment vous allez « attirer l'attention » des consommateurs et « susciter leur intérêt » ?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....