Question 1 :
Quel est l'objectif principal de l'analyse SWOT et quelle est la principale dimension qu'elle cherche à évaluer ?
a. Les opportunités et menaces du marché
b. Les forces, faiblesses internes de l'entreprise et les opportunités et menaces du marché
c. Les tendances du marché
d. Les stratégies de prix

Question 2 :
Quelle est la première étape du processus de segmentation du marché ?
a. Cibler un marché spécifique
b. Identifier les segments du marché
c. Élaborer des offres adaptées à chaque segment
d. Positionner le produit sur le marché

Question 3 :
Quels sont les aspects principaux étudiés par le comportement d'achat des consommateurs ?
a. Les caractéristiques démographiques
b. Les motivations, perceptions et décisions d'achat
c. Les tendances du marché
d. Les coûts de production

Question 4 :
Quel facteur est souvent utilisé pour mesurer la taille du marché potentiel
a. La part de marché
b. Le chiffre d'affaires de l'entreprise
c. La croissance économique
d. Le nombre d'unités de consommation

Question 5 :
Quelle étape du processus de marketing consiste à définir clairement les objectifs moyens d'une entreprise sur le marché?
a. La segmentation

b. Le positionnement
c. La planification marketing
d. L'analyse SWOT

Question 6 :
Dans le contexte économique, comment définir la notion de demande élastique ?
a. Une variation de prix n'a aucun impact sur la demande
b. Une variation de prix peut entraîner une variation de la demande
c. La demande diminue à mesure que le prix augmente
d. La demande augmente à mesure que le prix augmente