

Introduction à la gestion

La stratégie de produit

Ce cours vous est proposé par Denis Chabault, Maître de Conférences HDR – enseignant chercheur en Sciences de Gestion au sein de l'Université Paris Saclay et par AUNEGe, l'Université Numérique en Économie Gestion.

Quiz

Attention : ceci est la version corrigée du quiz.

- 1. Les caractéristiques fonctionnelles d'un produit renvoient aux actions ou aux utilisations que le produit permet ?**
 - a. Vrai
 - b. Faux
- 2. Les principales caractéristiques psychologiques liées aux produits sont :**
 - a. La valeur d'image
 - b. La valeur émotionnelle
 - c. La valeur future
 - d. La valeur d'usage
- 3. La valeur d'usage est une valeur connexe au produit.**
 - a. Vrai
 - b. Faux

4. Les principales fonctions d'une marque sont :

- a. Fonction de personnalisation
- b. Fonction de reconnaissance
- c. Fonction de sauvetage
- d. Fonction de garantie

5. La conservation et la protection sont une fonction « de base » du packaging.

- a. Vrai
- b. Faux

6. Pour être pertinent, un positionnement marketing doit être :

- a. Clair et simple
- b. Pertinent
- c. Improvisé
- d. Crédible

7. La qualité perçue est une perception, une représentation subjective de la part du consommateur vis-à-vis d'un produit.

- a. Vrai
- b. Faux

8. La matrice BCG est une matrice de calcul du coût d'un produit.

- a. Vrai
- b. Faux

Références

Comment citer ce cours ?

Introduction à la gestion, Denis Chabault, AUNEGe (<http://aunege.fr>), CC – BY NC ND (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).



Cette œuvre est mise à disposition dans le respect de la législation française protégeant le droit d'auteur, selon les termes du contrat de licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>). En cas de conflit entre la législation française et les termes de ce contrat de licence, la clause non conforme à la législation française est réputée non écrite. Si la clause constitue un élément déterminant de l'engagement des parties ou de l'une d'elles, sa nullité emporte celle du contrat de licence tout entier.