

Introduction à la gestion

Le ciblage du marché

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

- 1. Quelles sont les principales variables du processus d'achat du consommateur ?**
 - a. Les stimuli
 - b. Les variables individuelles
 - c. Les variables normales
 - d. Les variables environnementales
- 2. Un groupe d'appartenance est un ensemble de personne qui exerce une influence directe ou indirecte sur le comportement d'un individu ?**
 - a. Vrai
 - b. Faux
- 3. Les motivations d'un individu sont une caractéristique socio démographique d'un individu ?**
 - a. Vrai
 - b. Faux
- 4. La segmentation consiste à découper une population selon différents critères en différents sous-ensembles distincts et homogènes, appelés segments.**
 - a. Vrai
 - b. Faux

5. La segmentation d'un marché repose sur :

- a. Des critères psycho sociologiques
- b. Des critères socio-démographiques
- c. Des critères situationnels et comportementaux
- d. Des critères abductifs

Références

Comment citer ce cours ?

Introduction à la gestion, Denis Chabault, AUNEGe (<http://auneg.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.