

L'École Nationale Polytechnique d'Oran-Maurice Audin (ENPO -MA)

Département : Génie Industriel

Spécialité : Management Industriel et Logistique

## Activité N°2

Nom de l'étudiant	
Prénom de l'étudiant	

Mettez la bonne réponse en **VERT**. Justifiez votre choix -si nécessaire-

1. La traduction française officielle du terme "Marketing" est :

- a) Mercatique      b) Mercato      c) Marchéage      d) Commercialisation

.....  
.....

2. Le dumping :

- a) une stratégie de fixation de prix  
b) une pratique illégale en matière de tarification  
c) consiste à vendre moins que la concurrence pour les éliminer du marché

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

3. La foire est

- a) une manifestation commerciale périodique où des producteurs ou des commerçants exposent et vendent des marchandises  
b) La connaissance des clients par le biais des études de marché afin de s'adapter aux besoins qu'ils expriment.  
c) une manifestation commerciale regroupant des exposants appartenant souvent à un même domaine  
d) La commercialisation la plus efficace des produits de l'entreprise.

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

4. Les concessionnaires sont des distributeurs d'un seul fabricant

- a) Vrai      b) Faux

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

**5. Le sponsoring est le soutien financier apporté par une entreprise à un évènement, une personne, une organisation, une émission**

- a) Vrai      b) Faux

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

**6. Les vendeurs sédentaires qu'on trouve dans les magasins sont nommés les vendeurs assis**

- a) Vrai      b) Faux

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

**7. Parmi les définitions suivantes, quelle serait la meilleure définition des clients potentiels ?**

- a) Les clients de la concurrence
- b) Des clients prospects
- c) Des clients qui ne vont jamais acheter les produits de l'entreprise.
- d) Les clients de la concurrence et les autres clients qui ne consomment pas actuellement les produits de l'entreprise et mêmes des concurrents pour des raisons.

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

**8. La force de vente externe est assurée par un prestataire externe dans le but de renforcer de manière ponctuelle la force de vente interne d'une entreprise.**

- a) Vrai      b) Faux

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

**9. Les entreprises qui pratiquent le B to B, sont des entreprises qui vendent leurs produits à des entreprises et des administrations publiques.**

- a) Vrai      b) Faux

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

Bon Courage ( Mme ZAHAF)