UNIVERSITÉ ABDERRAHMANE MIRA DE BÉJAÏA
FACULTÉ DU DROIT ET DES SCIENCES POLITIQUES
Département du droit d'enseignement de base

Examen du deuxième semestre
Module : Economie d'entreprise
2eme année droit
Section C et D

Sujet B

1) L'entreprise est:
5) Un centre de Décision;
6) Un lieu d'épanouissement humain;
7) Un centre de consommation.

2) Parmi les Réponses suivantes, lesquelles sont fausses:
2) L'entreprise est un agent économique qui contribue à la répartition des richesses dans la société;
4) L'entreprise est un lieu de confrontation sociale;
3) l'entreprise produit des biens et services non marchands.

3) Quels sont les principaux objectifs économiques de l'entreprise ?
3) Réaliser le Profit;
4) Assurer l'épanouissement humain;
5) Permettre de réguler les activités non polluantes.

4) Parmi les produits suivants, lesquels sont des produits d'équipement ?
4) Machine à coudre;
5) Baladeur ;
6) station d'épuration des eaux usées.

6) Qu'est ce qu'on entend par classification économique des entreprises ?
4) Classer les entreprises selon la taille de leurs effectifs;
5) Classer les entreprises selon leurs pertes en capital ;
3) Classer les entreprises selon son chiffre d'affaire.

7) Attribuer à chacune des entreprises suivantes un numéro (de 1 à 3) pour désigner le secteur économique auquel elles appartiennent
4) COGB la Belle;
5) un poulailler;
6) Ministre de l'enseignement supérieure et de la recherche scientifique.

8) Cochez les réponses fausses:
3) L'entreprise Multinationale fabrique et commercialise dans le monde entier;
4) La grande entreprise compte moins de 200 salariés et plus.

9) Au niveau d'une SNC
1) le nombre des associés est limité à deux personnes ;
2) tous les associés sont soumis au régime fiscal ;
3) les associés ne sont pas responsables des dettes de l'entreprise.

10) Pour créer son entreprise, il faut la situer sur le marché et sur le secteur. Marquez avec un M ce qui appartient au Marché et avec un S ce qui appartient au Secteur:
3) Les fournisseurs;
4) Les concurrents.

11) l'organigramme de l'entreprise veut dire sa structure
- vrai
- faux

12) Les groupes sont surtout des microgroupes, c'est-à-dire de moins de 500 salariés.
- vrai
- Faux

BOX OZ
COPY F

13) Un secteur d'activité regroupe :

- a) Des entreprises ayant la même activité principale ;
- b) des entreprises ayant au moins en commun une activité ;
- c) Des unités de production homogènes fabriquant le même bien ;
- d) Des unités de production localisées sur la même zone géographique.

14) Une branche d'activité regroupe :

- a) des unités de production fabricant les mêmes produits ;
- b) une chaîne d'activités qui se complètent ;
- c) l'ensemble des entreprises qui mettent un produit à disposition du consommateur final ;
- d) Des unités de production localisées sur la même zone géographique.

15) Selon leur statut juridique, quelles peuvent être les formes d'entreprises ?

- a) entreprises individualistes ;
- b) entreprises sociétaires ;
- c) entreprises publiques ;
- d) sociétés de coopération.

16) Qu'est-ce qu'une "société mère" ?

- a) un centre de décision unique dans un groupe de sociétés ;
- b) un ensemble de filiales ;
- c) la plus ancienne société d'un groupe ;
- d) une société de portefeuille.

17) Un segment de marché, c'est :

- a) Une zone géographique du marché;
- b) Une part homogène du marché ;
- c) Un marché potentiel ;
- d) Un échantillon représentatif du marché.

18) Qu'est-ce que la mercatique ?

- a) actions destinées à détecter les besoins des consommateurs;
- b) actions destinées à adapter la production et la commercialisation en fonction des besoins;
- c) actions destinées à changer les besoins de commercialisation des produits ;
- d) actions destinées à adapter de façon continue les modes de production.

19) Quelles sont les étapes de la démarche mercatique ?

- a) étude du marché;
- b) analyse du marché;
- c) vérification du marché:
- d) conception de la stratégie commerciale;
- e) conception de la stratégie générale de toute l'entreprise.

20) Quels types d'informations fournit une étude de marché ?

- a) identification des concurrents;
- b) statistiques de consommation;
- c) motivations d'achat:
- d) obligations d'achat;
- e) profils des produits.

BON COURAGE

BOX OZ

COPY F