



Spécialités : Science Alimentaire

Module : Entrepreneuriat **Niveau :** 2ème année Master

Durée : 1h30 / 13.00 h -14.30 h

Nom **Prénom** **Groupe**

Corrigée type de l'EXAMEN

Questions : Choisissez la ou les bonnes réponses (20 points ; 1,25 point par question)

Q1. L'entrepreneuriat correspond à :

- A. La création d'une entreprise dans un objectif de profit
- B. Une activité uniquement sociale sans but économique
- C. L'identification ou la création d'un besoin à satisfaire
- D. La gestion d'une entreprise déjà existante sans innovation

Q2. Quelles approches font partie des principales approches identifiées par la littérature entrepreneuriale ?

- A. L'approche descriptive (approche par les traits)
- B. L'approche financière
- C. L'approche comportementale (approche par les faits)
- D. L'approche juridique

Q3. Selon la définition économique, l'entreprise se caractérise par :

- A. Une unité économique et juridique produisant des biens ou des services
- B. Une organisation à but exclusivement social sans activité marchande
- C. Une activité de production de biens ou de services destinés au marché
- D. Une activité limitée uniquement à la consommation des richesses

Q4. Les finalités (ou missions) de l'entreprise se caractérisent par :

- A. Des buts durables qui donnent un sens à l'existence de l'entreprise
- B. Des objectifs précis et mesurables à court terme
- C. Une orientation des décisions stratégiques de l'entreprise
- D. Des actions opérationnelles quotidiennes

Q5. Parmi les critères suivants, lesquels permettent de classer une entreprise ?

- A. La nature économique de l'activité
- B. La personnalité du dirigeant
- C. La taille de l'entreprise
- D. Le style de management

Q6. Selon les définitions du Petit Robert, l'entrepreneur est :

- A. Une personne qui entreprend une action ou un projet
- B. Un individu chargé uniquement de consommer des biens
- C. Une personne qui dirige une entreprise pour son propre compte
- D. Un salarié exécutant sans responsabilité de décision

Q7. Parmi les caractéristiques suivantes, lesquelles sont typiques d'un entrepreneur ?

- A. Persévérance malgré les obstacles
- B. Dépendance totale à la hiérarchie
- C. Capacité à innover et à concevoir des projets
- D. Évitement du risque et de la concurrence

Q8. Lors de la sélection d'un axe de recherche pour créer une entreprise, on peut s'inspirer de :

- A. Son savoir-faire professionnel
- B. Les tendances astrologiques
- C. Sa personnalité
- D. L'ignorance des problèmes rencontrés

Q9. Lors d'un brainstorming, il est important de :

- A. Produire spontanément un maximum d'idées, sans retenue
- B. Critiquer et justifier immédiatement chaque idée proposée
- C. Ne pas se soucier du réalisme des idées dans un premier temps
- D. Limiter la créativité pour rester réaliste dès le début

Q10. La technique de défautologie consiste à :

- A. Recenser tous les défauts, inconvénients ou faiblesses d'un produit ou service
- B. Ignorer les points faibles et se concentrer uniquement sur les réussites
- C. Rechercher des solutions pour améliorer ou supprimer les éléments insatisfaisants
- D. Ne pas classer les défauts et traiter les problèmes au hasard

Q11. L'étude de marché permet de :

- A. Déterminer si le projet est réalisable et peut se différencier des concurrents
- B. Décider uniquement du style de logo et de couleurs de l'entreprise
- C. Identifier la clientèle cible et ses caractéristiques
- D. Ignorer les règles et la réglementation du secteur

Q12. Parmi les éléments suivants, lesquels font partie des principaux axes d'une étude de marché ?

- A. La concurrence et le marché cible
- B. La décoration intérieure de l'entreprise
- C. Les fournisseurs et l'évaluation des prévisions de ventes
- D. Le choix des couleurs du logo

Q13. Parmi les méthodes suivantes, lesquelles font partie de la méthodologie d'une étude de marché ?

- A. La recherche documentaire via sources et canaux d'information
- B. La décoration intérieure de l'entreprise
- C. L'étude qualitative via entretiens semi-directs
- D. L'étude quantitative via sondages ou tests auprès des clients

Q14. Dans l'élaboration d'une stratégie marketing, la segmentation du marché consiste à :

- A. Identifier les segments de marché permettant de valoriser l'opportunité
- B. Ignorer les besoins et caractéristiques des clients
- C. Déterminer le volume et la taille de chaque segment identifié
- D. Choisir uniquement les technologies sans considérer les clients

Q15. Dans une stratégie marketing, le prix d'un produit permet de :

- A. Différencier le produit aux yeux des clients face à la concurrence
- B. Ignorer complètement la perception des clients
- C. Positionner le produit dans une gamme sur le marché
- D. Remplacer la qualité du produit par un prix plus élevé uniquement

Q16. Dans une stratégie de communication, il est important de :

- A. Bâtir un message simple, clair et répété
- B. Donner des informations même si elles sont erronées pour séduire le client
- C. Fixer des objectifs précis et mesurables
- D. Ne pas se soucier des supports de communication utilisés