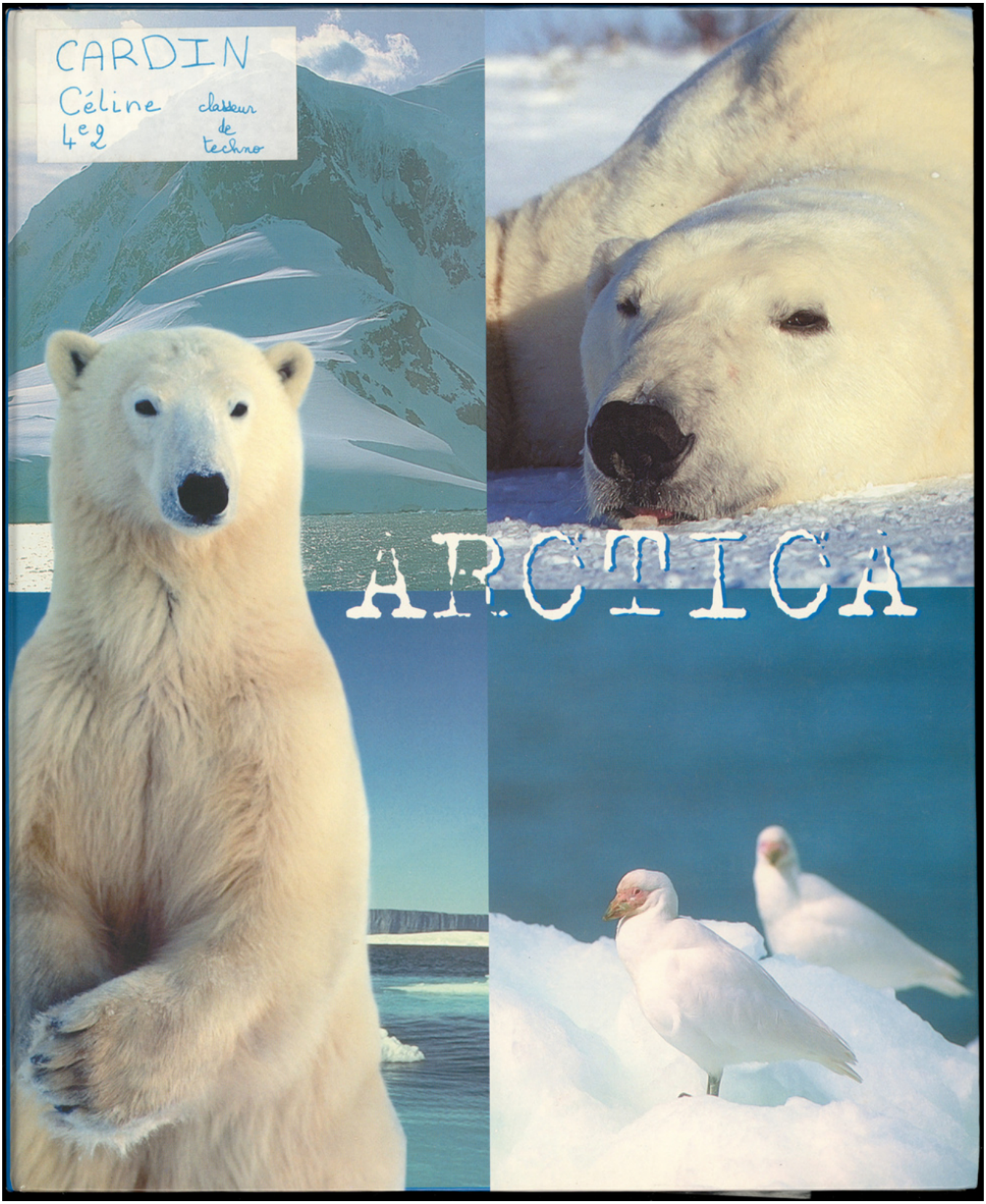
Classeur de technologie.

Numéro d'inventaire : 2004.02310
Auteur(s) : Céline Cardin
Type de document : travail d'élève
Date de création : 2000
Inscriptions :
• ex-libris : avec
Description : Classeur à anneaux, couv. carton ill. en coul. Ms encre de différentes couleurs et crayon à papier sur réglure Seyès et petits carreaux. Contient des feuilles ms. et photocopiées rangées dans des pochettes plastiques.
Mesures : hauteur : 319 mm ; largeur : 264 mm
Notes : Collège Jean de La Varende, cours de 6ème à la 4ème. Contient des travaux notés.
Mots-clés : Travaux manuels, EMT, technologie
Filière : Lycée et collège classique et moderne
Niveau : Séquence de niveaux
Nom de la commune : Mont-Saint-Aignan
Nom du département : Seine-Maritime
Autres descriptions : Langue : Français
Nombre de pages : n.p.
Commentaire pagination : 116 p.
ill.
ill. en coul.
Lieux : Seine-Maritime, Mont-Saint-Aignan

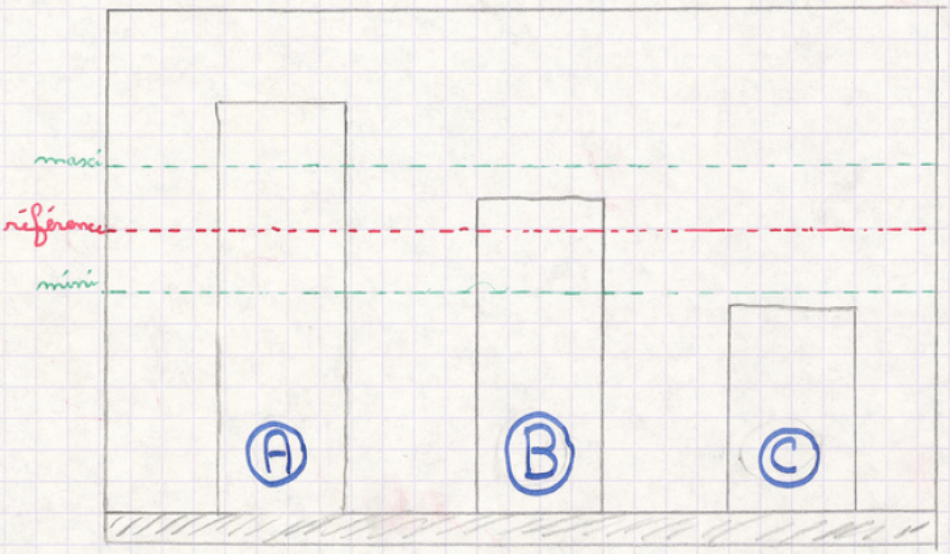

CARDIN
Céline
4e 2
classeur de techno
ARCTICA

Correction : débit et contrôle

• Contrôler une réalisation :

Une opération de fabrication est toujours suivie de contrôle destinées à s'assuré que les dimensions de la pièce sont bien conformes au modèle.

• Schéma de principe :



• Conclusions :

* pièce A : pièce dépassant le maxi dont elle est trop longue
  - 2 possibilités : mettre la pièce au rebut
  ou lui faire une retouche de façon à la recouper de bonne longueur.

* pièce B : pièce dépassant le mini mais pas le maxi, dont elle est bonne

* pièce C : pièce ne dépassant pas le mini donc cette pièce est trop courte.
  Elle sera mise rebut (⇒ Recyclage)

CARDIN
Céline
4e2

A1 - Extension d'une gamme de produits horloge de bureau

1ère séance : Etude de marché, élaboration de l'enquête

1) QUE PERMETTENT LES ÉTUDES DE MARCHÉ ?

Les études de marché sont un moyen d'investigation pour connaître | la demande, le marché

2) QU'EN ATTEND-ON COMME RÉSULTATS ?

Les résultats attendus sont :

* savoir l'opinion des consommateurs sur les produits, les services, le marché
* savoir leur degré de satisfaction
* savoir leurs motivations pour acheter
* savoir leurs freins pour ne pas acheter
* savoir leurs comportements d'achat
* savoir leurs attitudes profondes

3) QUEL EST LE RÔLE D'UN ÉCHANTILLON ?

L'échantillon est une image réduite de la réalité sur tous les critères importants : sexe, âge, habitat, catégorie socio-professionnelle. Il est représentatif de la population étudiée et sert à obtenir l'avis des consommateurs.

4) QUELS SONT LES AUTRES MOYENS D'INVESTIGATION PERMETTANT D'AVOIR LE MAXIMUM DE RENSEIGNEMENTS SUR LE MARCHÉ D'UN PRODUIT ?

A1 ①