

## 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

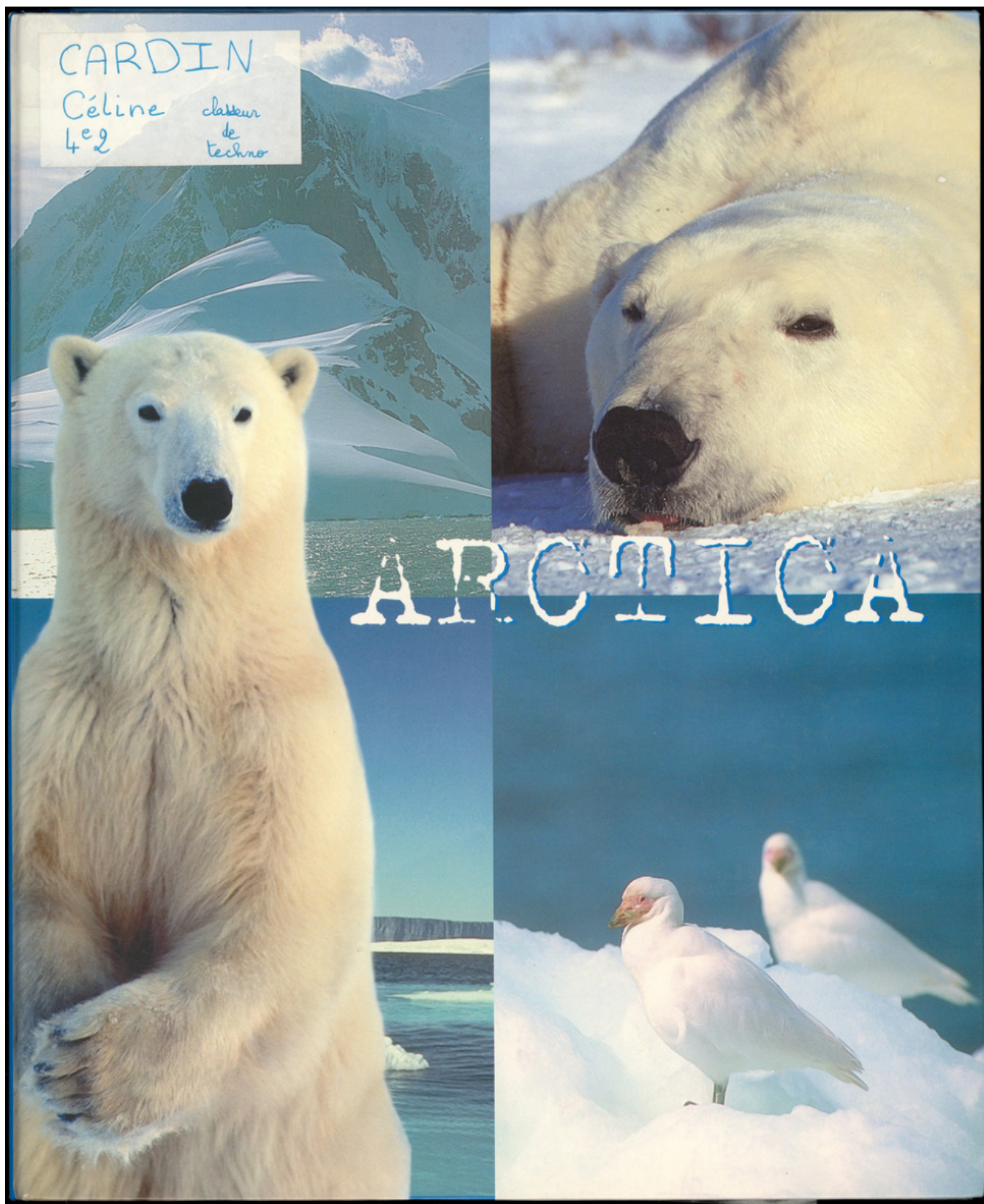
Nombre de pages : n.p.

Commentaire pagination : 116 p.

ill.

ill. en coul.

**Lieux** : Seine-Maritime, Mont-Saint-Aignan

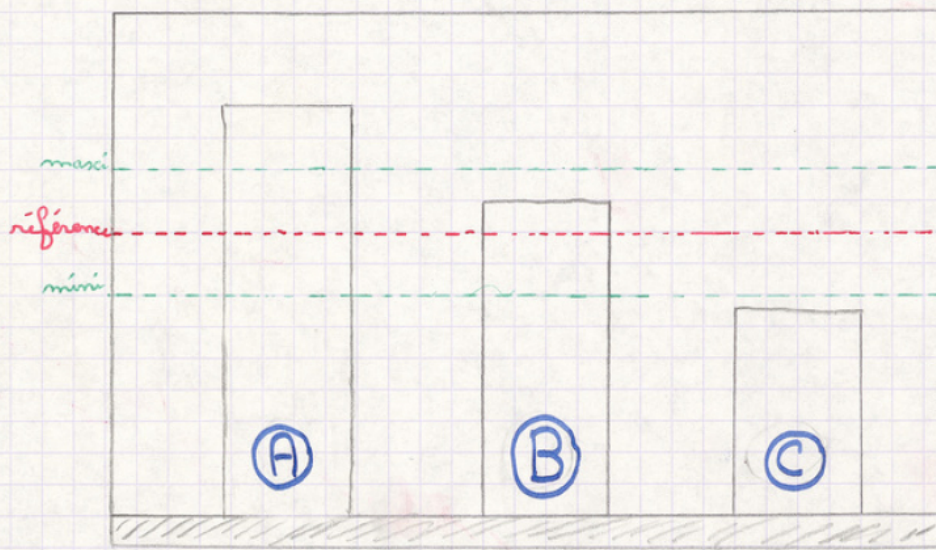


## Correction : débit et contrôle

### Contrôler une réalisation:

Une opération de fabrication est toujours suivie de contrôle destinée à s'assurer 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  
à 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  
4<sup>eg</sup>

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

1<sup>ere</sup> séance : Étude 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
- \* <sup>savoir</sup> leurs motivations pour acheter
- \* <sup>savoir</sup> leurs freins pour ne pas acheter
- \* <sup>savoir</sup> leurs comportements d'achat
- \* <sup>savoir</sup> 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

