

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.

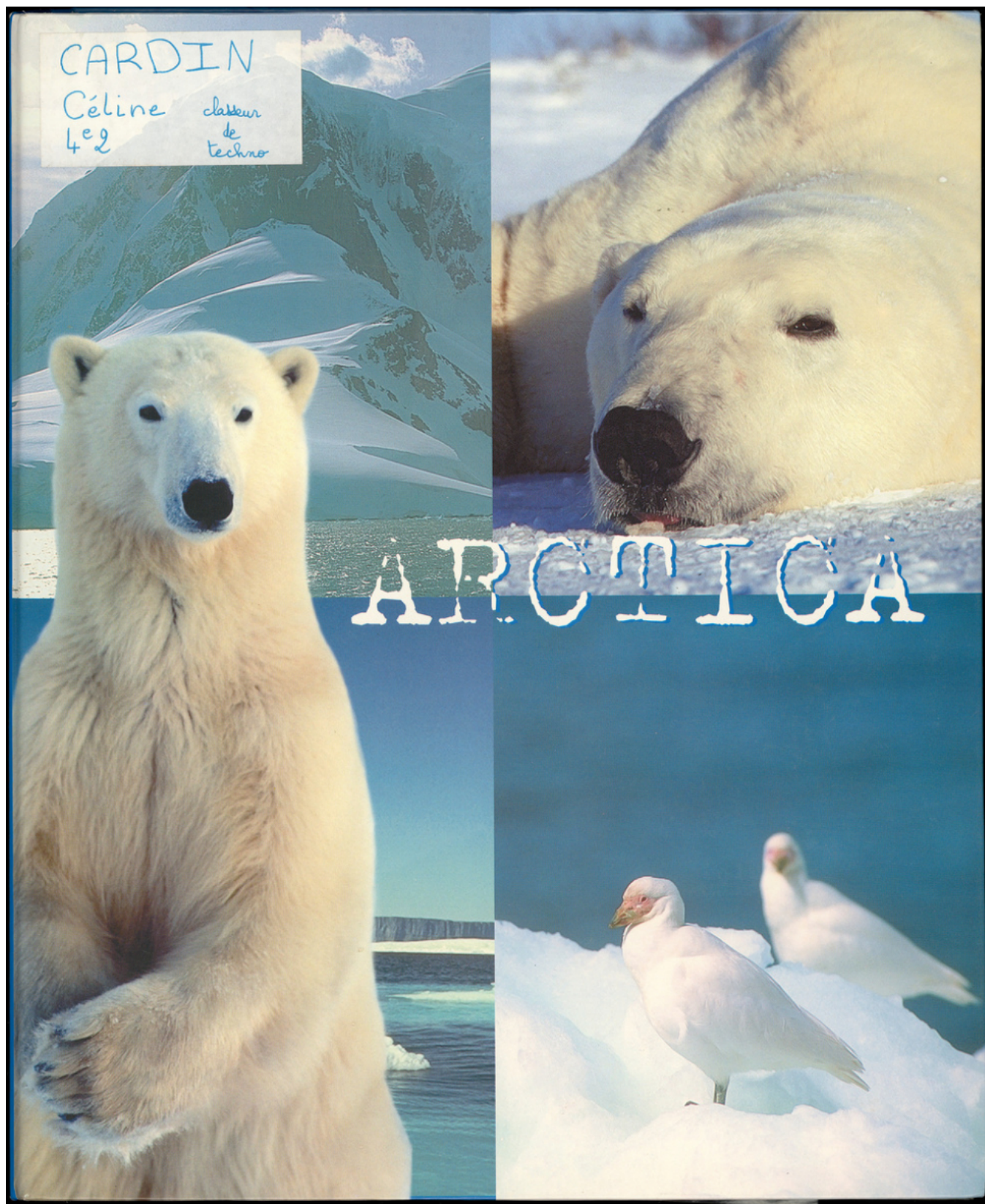
Commentaire pagination : 116 p.

Mention d'illustration

ill.

ill. en coul.

Lieux : Seine-Maritime, Mont-Saint-Aignan

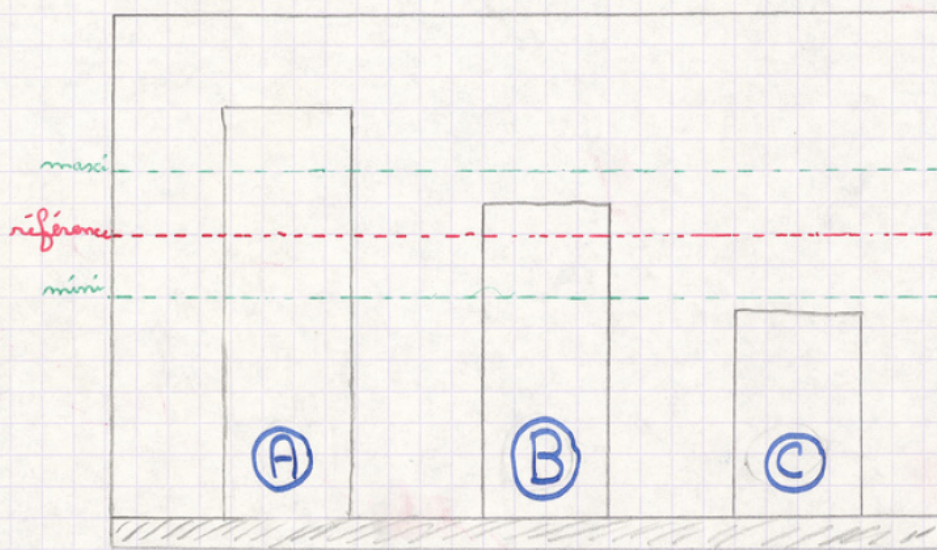


Correction : débit et contrôle

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^{es}

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

1^{ère} 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
- * ^{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-profes-
sionnelle. Il est représentatif de la
population étudiée et sert à obtenir l'avis
des consommateurs.

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

A1①

