# Question 1

Les communications formelle et informelle sont des sous-catégorie de :

* La communication externe
* La communication commerciale
* La communication interne
* La communication financière

# Question 2

La communication qui se déroule entre collègue ou lors de réunion, est appelée :

* Communication de masse
* Communication de groupe
* Communication interpersonnelle
* Communication globale Question 3

Comment appelle-t-on la forme de communication qui a pour but de faire connaître, aimer et de faire agir un consommateur, afin de faire vendre un produit/service ?

* Communication commerciale
* Communication financière
* Communication interne
* Communication externe Question 4

Quel est le bon ordre d'action pour le modèle Shannon et Weaver :

* Emetteur --> Codage --> Canal --> Décodage --> Destinataire
* Sources --> Emetteur --> Canal --> Récepteur --> Destinataire
* Emetteur --> Codage --> Canal --> Destinataire
* Sources --> Canal --> Destinataire Question 5

Qu'à ajouter le modèle de Wiener par rapport au modèle précèdent :

* Une boucle de rétroaction qui montre la réponse du récepteur à l'émetteur
* Un feedback unique de la part du recepteur vers l'émetteur
* La possibilité que le message soit erroné et mal compris par le récepteur

Question 6

L'école de Palo Alto repose sur l'idée que :

* La communication ne s'opère que par la parole
* Tout le monde ne communique pas forcement
* La communication s'opère par la parole et la gestuelle
* Tout le monde communique Question 7

Dans la communication interpersonnelle, on considère la situation (qui est le résultat de rapports sociaux antérieurs), comme étant :

(Deux bonnes réponses)

* Une donnée
* Rien d'important
* Une construction
* Un outil permettant la communication Question 8

Quelle est la distance interpersonnelle qui n'existe pas (distance entre deux personnes, et qui varie selon leur relation) :

* Distance publique (au-delà de 3m)
* Zone publique sociale (1m20 à 3m)
* Zone intime (moins de 60m)
* Zone amicale (1m à 1m20) Question 9

Qu'est-ce que l'on ne prend pas en compte dans la communication interpersonnelle :

* Les rituels
* La culture
* Le cadre institutionel
* Le sexe/genre Question 10

Comment appelle-t-on les personnes qui sont reconnus comme participant dans une discussion :

* Personnes qualifiées
* Personnes autorisées
* Personnes ratifiées
* Personnes acceptées

Question 11

On distingue 3 étapes successives dans la façon dont la publicité utilise les procédés d’influence et de persuasion :

* Mécaniste - Suggestive - Sociologique
* Mécaniste - Objective - Culturel
* Mécaniste - Objective - Sociologique Question 12

L'acronyme AIDA signifie :

* Aider - Intérêt - Décider - Achat
* Attention - Intention - Décider - Achat
* Attention - Intérêt - Désir - Achat
* Aider - Intention - Désir - Achat Question 13

Il y a 6 fonctions du langage à partir desquels se construisent l’interprétation des signes et la maîtrise des code, on retrouve parmi celles-ci :

(plusieurs bonnes réponses)

* référentielle
* poétique
* phonétique
* objective Question 14

Un logo parfait remplit 4 fonctions :

* Identification - Appartenance - Symbolique - Certification
* Identification - Confiance - Symbolique - Reconnaissance
* Identification - Appartenance - Symbolique - Information
* Identification - Confiance - Symbolique - Information Question 15

Parmi ces fonctions, laquelle est désignée comme étant un accélérateur de notoriété (dont notoriété spontanée) :

Certification Confiance Symbolique Identification Question 16

On distingue deux types de communication commerciale :

* média - hors média
* interne - externe
* partenaires - clients
* traditionnelle - moderne Question 17

Il y a deux types de stratégies commerciales : Pull et Push. L'usage de bons de réduction, d'échantillons, etc ... dans le but d'attirer des clients est une stratégie :

* Pull
* Push Question 18

De quoi dépend le capital marque d'une entreprise :

(plusieurs choix possibles)

* La notoriété de la marque
* Les produits vendus par la marque
* La part de marché de la marque
* L'image de la marque Question 18

Quelle est la base de la pyramide de Brandz (Pyramide qui montre la connaissance ou non d'un consommateur vis-à-vis d'une marque, la base de la pyramide étant la plus faible)

* Le lien
* La présence à l'esprit
* La pertinence
* L'avantage

Question 19

Qu'est-ce que le brief publicitaire :

* Document qui provient de l'entreprise à la destination de l'agence de pub, et qui montre la promesse de l'entreprise, et la situation de la marque sur le marché (entre autre).
* Document qui provient de l'agence de pub à la destination de l'entreprise, et qui montre la stratégie décidée pour la campagne publicitaire

Question 20

La campagne de communication a différents objectifs : conatifs, affectifs et cognitifs. Le but qui correspond à provoquer l'intention d'achat chez le consommateur est :

* conatif
* cognitif
* affectif Question 21

Pour mesurer la notoriété d'une entreprise, on utilise une pyramide à quatre étape (la base étant une notoriété faible et le haut étant une notoriété forte). Une entreprise qui se trouve à la 3 ème étape depuis la base, fait partie de la catégorie :

* Top of mind
* Notoriété assisté
* Marque inconnue
* Notoriété spontanée