

**1. Quels sont les trois types de notoriété ?**

- a. Voulue, perçue et diffusée.
- b. Digitale, sociale et mobile.
- c. *Top of mind*, assistée et spontanée.

**2. Qu'est-ce que le capital marque ?**

- a. La différence de perception apportée par la marque.
- b. La valeur financière d'une marque.
- c. Les principales marques d'un groupe.

**3. À quoi correspond le *storytelling* ?**

- a. Donner de fausses informations pour influencer l'opinion.
- b. Faire vivre l'entreprise à travers des récits et des histoires.
- c. Faire circuler des rumeurs sur l'entreprise sur les médias sociaux.

**4. Qu'est-ce que le rapport intégré ?**

- a. Un rapport reprenant les derniers rapports annuels.
- b. Un rapport intégrant les résultats financiers et les indicateurs RSE.
- c. Un rapport reprenant les engagements sociétaux de l'entreprise.

**5. Que signifie le sigle PESO pour les médias ?**

- a. *Paid, Engaged, Social, Online.*
- b. *Public, Earned, Sponsored, Owned.*
- c. *Paid, Earned, Social, Owned.*

**6. À quoi renvoient les deux termes « *Social Media Optimization* » et « *Social Media Intelligence* » ?**

- a. Au recueil et à l'analyse des données sur les internautes provenant des médias sociaux.
- b. À la gestion des relations avec les annonceurs sur les médias sociaux.
- c. Aux stratégies de présence et de veille d'une marque ou d'une entreprise sur les médias sociaux.

**7. Quelle est la caractéristique principale des GAFSA (Google, Apple, Facebook, Amazon) ?**

- a. D'être classés dans les meilleures réputations d'entreprise.
- b. De générer plus de valeur sur les données utilisateurs que sur les commandes.
- c. D'avoir des stratégies de communication *corporate* innovantes.

**8. Qu'est-ce qu'une plateforme de communication ou de marque ?**

- a. Une formalisation de l'identité d'entreprise, de ses objectifs et du sens donné à ses actions.
- b. Une plateforme de gestion de toutes les campagnes de communication de l'entreprise.
- c. Une plateforme regroupant toutes les pages de l'entreprise sur les médias sociaux.

**9. Parmi les affirmations suivantes, laquelle est correcte ?**

- a. Une notoriété forte équivaut à une image forte. Si une entreprise est très connue, c'est qu'elle a une bonne image.
- b. Les parties prenantes prioritaires sont les actionnaires. Ils sont les publics les plus importants.
- c. Une bonne réputation ne protège pas des crises et peut même les aggraver.
- d. Actuellement, la communication digitale est la plus importante. Si l'e-réputation est bien gérée, la réputation globale sera positive.
- e. L'empreinte digitale d'une entreprise correspond aux informations qu'elle diffuse sur Internet et les réseaux sociaux.

**Réponses : 1. c. ; 2. a. ; 3. b. ; 4. b. ; 5. c. ; 6. c. ; 7. b. ; 8. a. ; 9. c.**