



VOIE TECHNOLOGIQUE

Série STMG : Sciences et technologies du management et de la gestion

2^{DE}

1^{RE}

T^{LE}

*Enseignement technologique
en langue vivante*

ENSEIGNEMENT

COMMUN

CORRESPONDANCES POSSIBLES ENTRE LES PROGRAMMES DE LANGUES VIVANTES ET DE MANAGEMENT, SCIENCES DE GESTION ET NUMÉRIQUE (ENSEIGNEMENT COMMUN) : QUELQUES ILLUSTRATIONS

Thème 1 : Les organisations et l'activité de production de biens et de services

1.1 Quels produits ou quels services pour quels besoins ?

Notions du programme de MSGN (EC) pouvant être mobilisées	Axes du programme de langues vivantes pouvant être mobilisés	Pistes d'exploitation pédagogique (→ Mots-clés en langue vivante)
<p>Démarche marketing</p> <p>Approches marketing</p> <p>Étude de marché</p> <p>Veille marketing et commerciale</p>	<p>Axe 1 : Identités et échanges</p>	<p>Pour rester pérenne et se développer, une organisation doit connaître le/les marché(s) sur le(s)quel(s) elle évolue afin de concevoir et adapter sa production de biens et/ou de services (nature de l'offre, quantité produite...) conformément aux tendances (évolutives) de consommation, aux profils et besoins des consommateurs, aux nombres et spécificités des concurrents. L'un des objectifs du marketing est d'aider à répondre à un besoin non satisfait, voire à le créer/stimuler.</p> <ul style="list-style-type: none"> • La mondialisation uniformise-t-elle les besoins des consommateurs et leurs attentes? Les consommateurs ont-ils les mêmes besoins, indépendamment de l'aire géographique concernée ou existe-t-il des spécificités? Lesquelles, sur quels besoins/produits (ex : marché de l'alimentation, des cosmétiques...)? Pour quelles raisons (usage, coutumes, culture, ressources locales)? • Qu'en est-il de la sensibilité des consommateurs à l'égard des organisations responsables (RSE) : respect de l'environnement, prise en compte du bien-être animal? (d'autres dimensions peuvent être étudiées : l'économie circulaire, le bio, l'achat local...). • Quels sont les signes distinctifs (labels) proposés dans l'aire géographique étudiée?

		<p>Les organisations à envergure internationale adaptent-elles systématiquement leur offre et notamment leur(s) produit(s) à l'aire géographique visée? Pour quelles raisons? (ex : Coca Cola, constructeurs automobiles, McDonald's...).</p> <p>Axe 1 : → frontières invisibles / choc des cultures / incompréhension culturelle et/ou linguistique / mobilité / contacts / dialogue / partage</p>
	<p>Axe 4 : Citoyenneté et mondes virtuels</p>	<p>Dans le cadre de sa démarche marketing, l'organisation recueille des informations à l'aide d'outils divers, notamment numériques : veille, étude de marché, étude de satisfaction, etc. De même, les outils numériques peuvent être utilisés en matière de communication externe. À partir d'illustrations issues de l'aire géographique considérée, les questions suivantes pourront être abordées :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Quelle place les organisations accordent-elles aux médias numériques, aux réseaux sociaux dans leurs démarches et approches marketing? • Quels sont les liens entre les entreprises, les marques et les blogs influenceurs? Quid de l'objectivité de l'information relayée? • Le recours aux réseaux sociaux et médias numériques permet-il de renforcer le lien (émotionnel, affectif...) entre une organisation/une marque/un produit et les consommateurs potentiels (ex : storytelling)? • La présence d'une organisation sur les réseaux sociaux est-elle un facteur clé de succès ou une source d'avantage concurrentielle? <p>Le développement des mondes virtuels présente-t-il des risques pour les organisations, les consommateurs? (information vs. manipulation, bad buzz...).</p> <p>Axe 4 : → fausse information / réseaux sociaux / données personnelles / manipulation</p>
	<p>Axe 6 : Innovations scientifiques et responsabilité</p>	<p>L'e-commerce se développe. Les consommateurs y trouvent des avantages certains (ex : prix attractifs, livraison à domicile et rapide, remboursement en cas de non-satisfaction...).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ces nouvelles pratiques de consommation ont-elles des conséquences dans l'aire géographique étudiée? Dans quelles mesures les tendances de consommation influencent-elles la stratégie marketing (recours aux market places?) des organisations? Quid des externalités positives et négatives dans l'aire géographique étudiée (ex : installation d'une plateforme de distribution → emplois directs vs effets sur le tissu économique local et l'emploi, le bien-être des riverains, les conditions de travail, etc.)? Quels constats établir? Le citoyen en a-t-il conscience? <p>Axe 6 : → éco-citoyen / circuit court / recyclage / croissance verte / pollution</p>

1.2 Quelles ressources pour produire ?

Notions du programme de MSGN (EC) pouvant être mobilisées	Axes du programme de langues vivantes pouvant être mobilisés	Pistes d'exploitation pédagogique (→Mots-clés en langue vivante)
Ressources tangibles et intangibles	<p>Axe 1 : Identités et échanges</p> <p>Axe 6 : Innovations scientifiques et responsabilité</p> <p>Axe 8 : Territoire et mémoire</p>	<p>La production d'un bien et/ou d'un service nécessite de combiner des ressources tangibles (humaines, matérielles, etc.) et intangibles (technologiques, immatérielles, etc.).</p> <ul style="list-style-type: none"> Est-il possible, en matière de production, d'identifier des combinaisons de ressources spécifiques à certaines aires géographiques ? <p>Le recours relatif aux salariés peut servir de point de discussion. La comparaison d'aires géographiques (ex : pays en développement vs. pays développés) peut être engagée, notamment pour interroger la place du « facteur travail » / « capital humain » dans la combinaison des facteurs de production. Des explications pourront être avancées (dimensions culturelle, historique, démographique, juridique). Au sein d'une même aire géographique, la personnalité et les valeurs des dirigeants peuvent également expliquer les combinaisons observées.</p> <p>Cette thématique est l'occasion d'identifier les spécificités de la gestion des ressources humaines dans l'aire géographique étudiée : conditions de travail, bien-être des salariés, rémunération (et pouvoir d'achat), droit du travail...</p> <p>La quête d'une main d'œuvre « bon marché » s'est traduite par l'implantation d'entreprises étrangères, y compris de grands groupes, dans certaines aires géographiques.</p> <ul style="list-style-type: none"> Quelles entreprises sont concernées et quelle communication engagent-elles auprès des consommateurs, soucieux d'un engagement responsable ? (ex : bad buzz) ? <p>Axe 1 : → choc des cultures / incompréhension culturelle et/ou linguistique / frontières invisibles</p> <p>Axe 6 : → robots / nanotechnologies / surpopulation / biodiversité / circuit court / croissance verte / pollution / mobilisation</p> <p>Axe 8 : → traces de l'histoire</p>

<p>Ressources humaines : gestion prévisionnelle des emplois et des compétences (GPEC), besoins de recrutement, besoins de formation</p>	<p>Axe 1 : Identités et échanges</p>	<p>La gestion prévisionnelle des emplois et des compétences (GPEC) permet aux organisations d'anticiper leurs besoins quantitatifs et qualitatifs en matière de ressources humaines. Avoir une connaissance précise de ses besoins futurs au regard de ceux dont on dispose permet aux organisations de gagner en réactivité pour s'adapter aux évolutions de l'environnement.</p> <p>En France, la GPEC est une obligation légale pour les entreprises de plus de 300 salariés.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Qu'en est-il dans les autres aires géographiques ? • Quels sont les outils et techniques de recrutement observés dans les différentes aires géographiques ? <p>Les compétences recherchées par un employeur sont liées au poste à pourvoir. Pour autant, les compétences attendues en termes de savoirs, savoir-faire et savoir-être sont-elles identiques ? Quelles particularités culturelles façonnent les compétences attendues, en particulier s'agissant du savoir-être (ex : tutoiement, pragmatisme, franc-parler, politesse...)?</p> <p>→Réalisation de CV, simulation d'entretiens d'embauche, interview de dirigeants sur les dimensions culturelles à prendre en compte dans le cadre d'une relation d'affaires (ponctualité, salutations, cartes de visites, protocole, savoir-être, négociation...).</p> <p>Axe 1 : →choc des cultures / frontières invisibles / incompréhension culturelle / dialogue</p>
	<p>Axe 2 : Espace privé et espace public</p> <p>Axe 7 : Diversité et inclusion</p>	<p>De plus en plus d'organisations intègrent une responsabilité sociale en matière de recrutement et de formation visant à favoriser l'égalité homme-femme et le travail des personnes en situation de handicap.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Certaines aires géographiques sont-elles plus préoccupées que d'autres par ces nouvelles attentes de la société ? • Ces préoccupations sont-elles davantage développées dans certains secteurs d'activités au sein d'une même aire géographique ? S'observent-elles dans toutes les entreprises, quelle que soit leur taille ? <p>Axe 2 : →égalité femmes-hommes / parité / mixité / télétravail</p> <p>Axe 7 : →handicap / intégration / discriminations / égalité / émancipation</p>

1.3 Quels choix d'organisation de la production pour concilier flexibilité, qualité et maîtrise des coûts ?

Notions du programme de MSGN (EC) pouvant être mobilisées	Axes du programme de langues vivantes pouvant être mobilisés	Pistes d'exploitation pédagogique (→Mots-clés en langue vivante)
Innovation de procédés Caractéristiques des processus de production de biens ou services : organisation de la production, productivité et flexibilité	Axe 6 : Innovations scientifiques et responsabilité	La quête de flexibilité peut avoir des répercussions sur les effectifs et les modalités de gestion des ressources humaines. <ul style="list-style-type: none"> • Comment cette flexibilité se traduit-elle dans les faits ? Nature des contrats de travail, durée de travail, conditions de travail, rémunération, modalité de licenciements et indemnités... • Quid du droit du travail, de la protection des salariés ? →Étude des spécificités dans une aire géographique donnée. Axe 6 : →aliénation au travail
Gestion du cycle de vie des produits ou Product Lifecycle Management (PLM)	Axe 1 : Identités et échanges Axe 6 : Innovations scientifiques et responsabilité	Les préoccupations environnementales amènent-elles les entreprises à concevoir leur offre dans le « respect de la planète » ? <ul style="list-style-type: none"> • Quid de cette réalité dans les différentes aires géographiques étudiées ? • L'activité de recyclage des produits est-elle devenue une spécialisation pour certaines aires géographiques ? Est-ce un choix ? Que révèle cette réalité ? (rapport pays développés et pays en développement ; portée de la RSE dans les pays développés). →Étude documentaire, recherches, etc. Axe 1 : →ghettos / exils / choc des cultures / transgression / déclassé social / tourisme Axe 6 : →transport / éco-citoyen / recyclage / pollution

1.4 Les transformations numériques, une chance pour la production ?

Notions du programme de MSGN (EC) pouvant être mobilisées	Axes du programme de langues vivantes pouvant être mobilisés	Pistes d'exploitation pédagogique (→Mots-clés en langue vivante)
Transformations digitales : dématérialisation, automatisation des processus	Axe 1 : Identités et échanges Axe 6 : Innovations scientifiques et responsabilité	Les transformations engendrées par la digitalisation des économies ont eu un réel impact sur le fonctionnement des organisations. La dématérialisation permet d'accroître le partage des informations via par exemple un ERP. L'automatisation des processus permet d'avoir recours à des machines capables d'effectuer une tâche partielle ou totale, répétitive ou à risques, sans intervention humaine. <ul style="list-style-type: none"> • Cette tendance s'observe-t-elle dans tous les secteurs d'activités, dans toutes les aires géographiques ? La comparaison d'organisations appartenant à un même secteur d'activité, mais à des aires géographiques distinctes permet d'apprécier la portée de ce phénomène. • L'automatisation des processus est-elle possible dans toutes les régions du globe ? Pourquoi ? • La culture constitue-t-elle un accélérateur ou un frein à l'automatisation ? Axe 1 : →frontières invisibles / dialogue Axe 6 : →robots / nanotechnologies



<p>Intégration des nouvelles technologies : informatique en nuage (cloud computing), objets connectés, intelligence artificielle, données ouvertes</p>	<p>Axe 2 : Espace privé et espace public Axe 4 : Citoyenneté et mondes virtuels Axe 6 : Innovations scientifiques et responsabilité</p>	<p>Le développement des objets connectés permet de collecter des données qui enrichissent les systèmes d'information et contribuent à améliorer les processus (décisionnel, productif...). Le cloud et l'intelligence artificielle permettent aux organisations d'améliorer leur performance globale.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Quelle place pour les nouvelles technologies dans les aires géographiques étudiées ? • Les outils professionnels (ex. messagerie professionnelle) conjugués au développement des outils nomades (portables) influencent-ils les usages professionnels et redessinent-ils les frontières entre espace public et espace privé ? Quelles régulations (juridiques, culturelles) dans l'aire géographique étudiée ? (Exemple : droit à la déconnexion en France). <p>Axe 2 : →télétravail / lieux de convivialité / espace public Axe 4 : →réseaux sociaux / données personnelles / intelligence artificielle / blogs / forums / télétravail Axe 6 : →robots / nanotechnologies</p>
--	---	---

1.5 Comment assurer un fonctionnement cohérent des organisations ?

<p>Notions du programme de MSGN (EC) pouvant être mobilisées</p>	<p>Axes du programme de langues vivantes pouvant être mobilisés</p>	<p>Pistes d'exploitation pédagogique (→Mots-clés en langue vivante)</p>
<p>Organisation du travail souple / rigide : flexibilité, réactivité, polyvalence, enrichissement des tâches</p> <p>Définition des postes de travail, répartition des tâches, spécialisation</p>	<p>Axe 1 : Identités et échanges Axe 2 : Espace privé et espace public Axe 4 : Citoyenneté et mondes virtuels Axe 6 : Innovations scientifiques et responsabilité</p>	<p>Deux modes d'organisation du travail sont observés : l'un est dit « rigide » tandis que le second est dit « souple ». Chaque mode d'organisation présente des avantages et des inconvénients. L'environnement impose parfois aux organisations de changer de mode de production.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Un mode de production souple est-il synonyme de meilleures conditions de travail et d'une plus grande motivation chez les salariés ? <p>→Étude documentaire, interviews de salariés et de dirigeants dans une aire géographique donnée</p> <ul style="list-style-type: none"> • L'exécution de tâches répétitives et simples est-elle toujours confiée à des machines ? • Le progrès technique profite-t-il aux organisations de la même façon ? <p>→Comparaison entre aires géographiques</p> <p>Axe 1 : →choc des cultures / frontières invisibles / mobilité / partage Axe 2 : →télétravail Axe 4 : →intelligence artificielle / télétravail Axe 6 : →robot</p>

<p>Ligne hiérarchique</p> <p>Degré de centralisation du pouvoir</p> <p>Lean management</p>	<p>Axe 1 : Identités et échanges</p> <p>Axe 2 : Espace privé et espace public</p>	<p>La direction représente l'unité de commandement des organisations. Le degré de centralisation du pouvoir tend à évoluer au gré de l'environnement afin de gagner en flexibilité et réactivité. On assiste parfois à un « écrasement » de la structure hiérarchique au profit d'une responsabilisation croissante des salariés, parfois mobilisés autour d'un projet. Souvent perçue comme moins autoritaire et moins infantilisante, la décentralisation de la prise de décision semble, de prime abord, plus en faveur des salariés.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ce phénomène est-il doté de toutes les vertus ? • Qu'en est-il de la responsabilisation des salariés, de l'obligation de résultats et du stress qu'ils peuvent générer ? Comment les salariés vivent-ils ces changements ? • Cette responsabilisation accrue s'accompagne-t-elle d'un meilleur salaire et de meilleures perspectives d'ascension professionnelle, d'une meilleure motivation chez les salariés ? <p>→ Étude d'une grande entreprise dans une aire géographique donnée, interview de salariés dans une aire géographique donnée pour recueillir leur ressenti.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Peut-on constater un degré de centralisation plus important dans une région précise du monde ? Le rapport au pouvoir de décision en entreprise est-il culturel ? • Le processus de décentralisation de la décision bénéficie-t-il aux salariés, indépendamment de leur genre ? (plafond de verre, discriminations). <p>Axe 1 : → contacts / choc des cultures / incompréhension culturelle et/ ou linguistique / frontières invisibles / dialogue / partage</p> <p>Axe 2 : → égalité femmes-hommes</p>
--	---	--

Thème 2 : Les organisations et les acteurs

2.1 Comment fédérer les acteurs de l'organisation ?

Notions du programme de MSGN (EC) pouvant être mobilisées	Axes du programme de langues vivantes pouvant être mobilisés	Pistes d'exploitation pédagogique (→ Mots-clés en langue vivante)
Intérêts et attentes divergents et convergents des acteurs internes	Axe 1 : Identités et échanges Axe 4 : Citoyenneté et mondes virtuels	<p>Au sein des organisations, les parties prenantes ont des attentes qui leurs sont propres. Ces dernières peuvent être convergentes, mais aussi divergentes (et donc sources de conflits).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les intérêts et attentes des salariés sont-ils universels? (dimensions transactionnelles et relationnelles de la relation d'emploi) • Comment se traduisent les conflits entre parties prenantes selon l'aire géographique étudiée? Le recours à la grève est-il observé dans toutes les aires géographiques? Est-il une « réponse réflexe » ou exceptionnelle? • Quelles sont les spécificités du dialogue social dans l'aire géographique étudiée? Quels sont les droits des salariés et de leurs représentants en la matière? <p>Axe 1 : → conflits / contacts / choc des cultures / incompréhensions culturelles et/ou linguistiques / frontières invisibles / solidarité / médiation / dialogue / partage</p> <p>Axe 4 : → démocratie participative / liberté d'expression / réseaux sociaux / blogs / lanceur d'alerte</p>
Culture de l'organisation	Axe 1 : Identités et échanges Axe 5 : Fictions et réalité	<p>La culture de l'organisation est l'ensemble des valeurs et croyances partagées par ses membres. Elle assure la cohésion de ses membres et la distingue des autres organisations. La culture de l'organisation s'observe à travers des rituels, des mythes, des valeurs spécifiques.</p> <p>→ Étude d'une organisation dans une aire géographique donnée.</p> <p>La culture d'entreprise est également influencée par des valeurs et des croyances nationales.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Quelles sont les spécificités culturelles de l'aire géographique étudiée? Quelles en sont les représentations « vues de l'extérieur » (préjugés, clichés, stéréotypes)? <p>→ Étude des spécificités culturelles au sein d'une aire géographique et de ses incidences dans le cadre d'une relation d'affaires, par exemple : règles de communication, de salutations, de négociation...).</p> <p>→ Confrontation possible avec les représentations « vues de l'extérieur » → interview, enquête...</p> <p>Axe 1 : → contacts / choc des cultures / incompréhension culturelle et/ou linguistique / frontières invisibles / dialogue</p> <p>Axe 5 : → croyances, sentiment national, héros</p>

Style de direction	Axe 1 : Identités et échanges	<p>Le style de direction pratiqué dans une organisation s'explique par plusieurs facteurs : la personnalité du dirigeant, la taille et l'âge de l'entreprise, sa culture, etc.</p> <p>Plusieurs styles de direction peuvent être identifiés.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Existe-t-il un style de direction dominant dans une aire géographique donnée ? Comment le caractériser et l'expliquer ? • Les styles de direction ont-ils tendance à s'uniformiser au regard de la mondialisation ? <p>→ Étude d'une organisation dans une aire géographique donnée.</p> <p>Axe 1 : → contacts / choc des cultures / incompréhension culturelle et / ou linguistique / frontières invisibles / dialogue / partage</p>
Facteurs de motivation : facteurs internes et externes Dispositions favorisant la motivation et l'implication dans le travail	Axe 1 : Identités et échanges Axe 2 : Espace privé et espace public Axe 7 : Diversité et inclusion	<p>De nombreux facteurs permettent de motiver un salarié (prime, promotion, reconnaissance, feed-back, responsabilisation, etc.). Un individu motivé est un individu satisfait et plus productif dans son activité. L'organisation qui y accorde une importance est censée gagner en productivité et en performance.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Motive-t-on les individus de la même manière dans les différentes régions du monde ? • Quels sont les leviers de motivation utilisés par les organisations ? Existe-t-il des similitudes ou des spécificités entre les aires géographiques considérées ? • Les salariés ont-ils les mêmes attentes et besoins ? • Les organisations sont-elles toutes sensibles à l'égalité de traitement de leurs salariés selon l'aire géographique considérée ? (plafond de verre, discrimination, inclusion...) <p>Axe 1 : → choc des cultures / solidarité / mobilité / ascension sociale / accueil / dialogue / mixité / partage</p> <p>Axe 2 : → égalité femmes-hommes / parité</p> <p>Axe 7 : → handicap / intégration / générations / égalité</p>
Qualité de vie au travail	Axe 1 : Identités et échanges Axe 2 : Espace privé et espace public Axe 4 : Citoyenneté et mondes virtuels Axe 6 : Innovations scientifiques et responsabilité Axe 7 : Diversité et inclusion	<p>Le bien-être au travail est considéré comme source de performance pour les organisations. Ces dernières se préoccupent des conditions de travail de leurs salariés et mettent en place des protocoles de prévention des risques psycho-sociaux notamment. En France, l'obligation de l'employeur est établie.</p> <ul style="list-style-type: none"> • La qualité de vie au travail est-elle prise en compte de la même manière dans les différentes aires géographiques ? • Comment cette préoccupation s'exprime-t-elle ? Quelles frontières entre la vie au travail et la vie privée ? Quel cadre juridique selon l'aire géographique considérée ? <p>Axe 1 : → frontière / choc des cultures / solidarité / protectionnisme</p> <p>Axe 2 : → égalité femmes-hommes</p> <p>Axe 4 : → intelligence artificielle / cyber harcèlement / télétravail</p> <p>Axe 6 : → robot / aliénation au travail</p> <p>Axe 7 : → handicap / intégration / discriminations / égalité</p>

2.2 Les transformations numériques, vecteur d'amélioration de la relation avec les clients et usagers ?

Notions du programme de MSGN (EC) pouvant être mobilisées	Axes du programme de langues vivantes pouvant être mobilisés	Pistes d'exploitation pédagogique (→Mots-clés en langue vivante)
<p>Consommateur, usager</p> <p>Processus d'achat</p> <p>Facteurs explicatifs des comportements du consommateur : besoins, motivations, freins, attitudes</p> <p>Digitalisation de relation client : connaissance client, interactivité, outils</p> <p>Traces numériques, réseaux sociaux grand public (outils et usages)</p>	<p>Axe 4 : Citoyenneté et mondes virtuels</p>	<p>L'achat pour le consommateur/usager découle bien souvent d'un processus de réflexion et d'analyse. Cette analyse est d'autant plus poussée que l'achat du bien ou du service est impliquant (ex : prix élevé). Pour ce faire, les consommateurs et usagers utilisent désormais les outils numériques, sources d'informations, pour éclairer leur décision.</p> <ul style="list-style-type: none"> Les entreprises usent-elles des réseaux sociaux pour influencer les consommateurs (leurs représentations, leurs attitude et comportement) ? <p>Axe 4 : →réseaux sociaux / éducation aux médias / données personnelles / censure et contrôle d'Internet / manipulation / blogs / forums</p>

2.3 Communique-t-on de la même manière avec tous les acteurs ?

Notions du programme de MSGN (EC) pouvant être mobilisées	Axes du programme de langues vivantes pouvant être mobilisés	Pistes d'exploitation pédagogique (→Mots-clés en langue vivante)
<p>Stratégie de communication</p> <p>Communication globale et intégrée</p> <p>Communication interne et externe</p>	<p>Axe 1 : Identités et échanges</p>	<p>La communication des organisations est souvent instrumentale. Elle vise à développer la participation et l'adhésion de ses salariés à ses objectifs, à renforcer son image (interne et externe). Selon les objectifs poursuivis, la communication prend différentes formes.</p> <ul style="list-style-type: none"> Comment les multinationales implantées dans des aires géographiques différentes communiquent-elles en interne, auprès de leurs salariés ? La communication (ex : publicité) doit-elle être adaptée à l'aire géographique visée ? Peut-on communiquer sur le même registre, indépendamment de l'aire géographique considérée ? (ex : humour, ironie, publicité comparative...) <p>→Étude des publicités mises en œuvre dans différentes aires géographiques (ex : Coca-Cola, McDonald's, Patagonia, Nokia, Vega, Kellogg's, Illy,...).</p> <p>Axe 1 : →incompréhension culturelle/et ou linguistique</p>
<p>Identité de l'organisation : marque employeur, e-réputation, identité numérique</p>	<p>Axe 1 : Identités et échanges</p> <p>Axe 4 : Citoyenneté et mondes virtuels</p>	<p>Les nouvelles technologies numériques permettent aux organisations d'asseoir leur identité et de préserver leur réputation tant sur le marché des biens et/ou services que sur le marché du travail.</p> <ul style="list-style-type: none"> Les organisations disposent-elles des mêmes moyens pour asseoir leur identité dans les différentes régions du monde ? L'importance accordée à l'e-réputation est-elle identique quelle que soit la zone géographique concernée ? <p>Axe 1 : →contacts / dialogue / partage</p> <p>Axe 4 : →fausses informations / réseaux sociaux / lanceur d'alerte</p>

Thème 3 : Les organisations et la société

3.1 Les organisations peuvent-elles s'affranchir des questions de société ?

Notions du programme de MSGN (EC) pouvant être mobilisées	Axes du programme de langues vivantes pouvant être mobilisés	Pistes d'exploitation pédagogique (→Mots-clés en langue vivante)
<p>Éthique : définition et origine</p> <p>Déontologie</p> <p>Éthique dans les affaires</p> <p>Éthique dans les organisations non gouvernementales, organisations gouvernementales et territoriales</p> <p>Lutte contre les discriminations dans les relations de travail, égalité hommes-femmes</p>	<p>Axe 2 : Espace privé et espace public</p> <p>Axe 4 : Citoyenneté et mondes virtuels</p> <p>Axe 7 : Diversité et inclusion</p>	<p>La question de l'éthique est importante pour les organisations qui souhaitent assurer leur pérennité et conserver leur réputation. Il arrive parfois que certaines organisations soient mêlées à des affaires qui défraient la chronique (inégalité femmes-hommes, discrimination, travail des enfants, abus de biens sociaux...).</p> <ul style="list-style-type: none"> • L'éthique dans les affaires et la lutte contre les discriminations sont-elles des valeurs universelles ? • Quel(s) traitement(s) les médias, les citoyens réservent-ils « aux affaires ? » (ex : appel au boycott des produits, usage des réseaux sociaux) <p>→ Illustrations à partir d'organisations issues de l'aire géographique considérée.</p> <p>Axe 2 : → égalité femmes-hommes / mixité</p> <p>Axe 4 : → fausses informations/réseaux sociaux/censure et contrôle d'Internet/cyber harcèlement/lanceur d'alerte</p> <p>Axe 7 : → handicap/intégration/discriminations/égalité</p>

3.2 Les changements de modes de vie s'imposent-ils aux organisations ?

Notions du programme de MSGN (EC) pouvant être mobilisées	Axes du programme de langues vivantes pouvant être mobilisés	Pistes d'exploitation pédagogique (→Mots-clés en langue vivante)
<p>Rapport au travail : temps, lieu, mode d'organisation</p> <p>Modes de consommation</p>	<p>Axe 1 : Identités et échanges</p> <p>Axe 2 : Espace privé et espace public</p> <p>Axe 4 : Citoyenneté et mondes virtuels</p> <p>Axe 6 : Innovations scientifiques et responsabilité</p>	<p>Les modes de vie changent au gré des évolutions techniques, technologiques, climatiques, juridiques... Au sein des organisations, le rapport au travail s'est transformé pour gagner en flexibilité (télétravail, conciliation entre vie professionnelle et vie personnelle, responsabilisation croissante, etc.). Les modes de consommation se sont également transformés via une utilisation plus importante des technologies du numérique et une consommation axée vers le respect de l'environnement.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ces tendances s'observent-elles dans toutes les aires géographiques ? Existe-t-il des freins à ces évolutions ? <p>Axe 1 : → choc des cultures / frontières invisibles / mobilité / ascension sociale / voyages / dépaysement / tourisme</p> <p>Axe 2 : → égalité femmes-hommes / parité / liberté de mouvement / mixité / émancipation / télétravail</p> <p>Axe 4 : → réseaux sociaux / paiements virtuels / intelligence artificielle / wikis / démocratie participative / cyber harcèlement / liberté d'expression / manipulation / blogs / forums / télétravail / lanceur d'alerte</p> <p>Axe 6 : → OGM / énergies renouvelables / éco-citoyen / ONG / recyclage / covoiturage / aliénation au travail / biodiversité / circuit court / bio / croissance verte / pollution / mobilisation</p>



3.3 Les transformations numériques, de nouvelles responsabilités pour les organisations ?

Notions du programme de MSGN (EC) pouvant être mobilisées	Axes du programme de langues vivantes pouvant être mobilisés	Pistes d'exploitation pédagogique (→Mots-clés en langue vivante)
Utilisation et protection des données personnelles et stratégiques	Axe 4 : Citoyenneté et mondes virtuels	<p>En France, l'exploitation des données personnelles oblige les organisations à respecter le règlement général sur la protection des données (RGPD). Les données stratégiques de l'organisation, comme les données du personnel, constituent un patrimoine qu'il convient de protéger.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comment ces données sont-elles protégées dans les aires géographiques étudiées ? <p>Axe 4 : →éducation aux médias / données personnelles / censure et contrôle d'Internet / cyber harcèlement / usurpation d'identité</p>

3.4 Quelles relations entre les organisations et leur écosystème ?

Notions du programme de MSGN (EC) pouvant être mobilisées	Axes du programme de langues vivantes pouvant être mobilisés	Pistes d'exploitation pédagogique (→Mots-clés en langue vivante)
Stratégie d'implantation Écosystème d'affaires Grappe d'entreprises (cluster) Écosystème d'innovation et territoires	Axe 8 : Territoire et mémoire	<p>Les organisations sont implantées sur un territoire et intégrées dans un écosystème qui peut leur fournir de nombreux éléments favorables à leur développement (notion d'aménités) : des ressources humaines, financières et fiscales, des infrastructures de transport, des services publics, des supports techniques, des organismes de formation. L'action des organisations produit réciproquement de multiples effets sur cet écosystème territorial, d'ordre économique, social, culturel ou encore en matière de développement d'infrastructures. Les organisations n'agissent pas seules et les relations qu'elles tissent se traduisent par la création de réseaux qui structurent les territoires et améliorent leur attractivité.</p> <p>→Étude d'un écosystème d'affaires (ex : Silicon Valley, etc.).</p> <p>→Étude, dans une perspective historique, d'une activité phare qui contribue ou a contribué au développement social, économique, architectural... de son territoire (industrie textile; industrie sidérurgique; ex : Sheffield en Angleterre). Comparaison possible avec la France (textile dans les Vosges, sidérurgie en Lorraine...) pour mettre en évidence les points communs et les spécificités éventuelles.</p> <p>Axe 8 : →espaces frontaliers / traces de l'histoire / patrimoine bâti</p>