

Séminaire national STMG 17 et 18 janvier 2013

CNAM - Paris

Présentation de la terminale STMG « Mercatique »

- Un programme en continuité avec l'enseignement de « sciences de gestion » de la classe de première STMG
- Un programme en cohérence avec les programmes des autres spécialités de la classe de terminale (modalités d'écriture, présentation, objectifs).

Le contexte général de l'écriture des programmes de la terminale Mercatique

Présentation de la terminale STMG Mercatique

- Une définition claire de la mercatique :

La mercatique est « l'ensemble des techniques et des actions grâce auxquelles une entreprise développe la vente de ses produits et de ses services en adaptant, le cas échéant, leur production et leur commercialisation aux besoins du consommateur » (terminologie publiée au J.O. du 2 mars 2010).

Présentation de la terminale STMG Mercatique

- Un fond scientifique établi, qui s'appuie sur les acquis des sciences de gestion et de ses derniers développements ;
- Mais un savoir en évolution car en phase avec les évolutions de la société (cf. mondialisation des échanges, développement des TIC, émergence de nouveaux besoins) ;
- Et des pratiques qui peuvent être contestées au niveau de la société civile et des pouvoirs publics.

Présentation de la terminale STMG Mercatique

- Des évolutions à prendre en compte au niveau des élèves :
 - Leur familiarité avec les technologies de l'information et de la communication ;
 - Leur connaissance de l'univers de la communication commerciale et des marques ;
 - L'esprit critique que certains peuvent développer par rapport aux pratiques les plus contestables.

Le contexte institutionnel

Présentation de la terminale STMG Mercatique

- Un contexte institutionnel en évolution :
 - La réforme du lycée avec l'institution de l'accompagnement personnalisé ;
 - La réforme STMG avec la mise en place d'une classe de première unique et un enseignement de sciences de gestion ;
 - la nécessité de préparer les futurs bacheliers technologiques à une poursuite réussie d'études supérieures

Présentation de la terminale STMG Mercatique

- Conséquences de ces évolutions :
 - Un horaire resserré (6 heures élève),
 - Un programme avec des notions plus approfondies,
 - Une structuration en trois grands thèmes,
 - Le traitement de 9 grandes questions de gestion en prises avec les problématiques actuelles de la mercatique,
 - Un recours systématique aux TIC, en particulier dans la réalisation du projet.

Présentation du programme

Présentation de la terminale STMG Mercatique

Un programme qui ne porte pas sur les organisations en général mais sur l'entreprise en particulier, et qui est structuré en trois grands thèmes :

- Thème 1 : Mercatique et consommateurs
- Thème 2 : Mercatique et marchés
- Thème 3 : Mercatique et société

Présentation de la terminale STMG Mercatique

9 questions de gestion :

- Le consommateur est-il toujours rationnel dans ses choix ?
- La mercatique cherche-t-elle à répondre aux besoins des consommateurs ou à les influencer ?
- L'entreprise vend-elle un produit ou une image ?
- Le produit a-t-il un prix ?
- La grande distribution est-elle incontournable ?
- Une entreprise doit-elle nécessairement faire de la publicité ?
- Fidéliser ou conquérir : l'entreprise doit-elle choisir ?
- La mercatique durable est-elle un mythe ou une réalité ?
- La mercatique peut-elle être éthique ?

Présentation de la terminale STMG Mercatique

Une présentation en trois colonnes :

- les « questions de gestion » qui soulèvent des problématiques spécifiques à la dimension mercatique de l'action des entreprises.
- les « notions » qui énumèrent les connaissances qui doivent être acquises par les élèves à l'issue de la classe de terminale ;
- les « contexte et finalités » qui décrivent non seulement les capacités que l'élève doit acquérir, mais aussi le contexte social et économique dans lequel ces capacités doivent être développées.

Présentation de la terminale STMG

Mercatique

- Chacune des questions de gestion pose un débat incitant à une réflexion critique, nourrie par les notions à aborder
- Elle oriente les choix didactiques du professeur ;
- Elle constitue un fil rouge qui doit conduire à une réponse, forcément complexe ;
- Pour chaque question de gestion, une indication de temps à consacrer est donnée. Exemple :
 - Le consommateur est-il toujours rationnel dans ses choix ? 10 % du temps de l'année.

En résumé...

Trois grands types d'objectifs de la nouvelle terminale « Mercatique »

Présentation de la terminale STMG Mercatique

- 1) des objectifs liés à la mise en œuvre d'une démarche technologique :
 - l'ancrage sur des pratiques réelles d'entreprises,
 - le réinvestissement des acquis de la classe de première en sciences de gestion,
 - la mobilisation des TIC.

Présentation de la terminale STMG Mercatique

2) des objectifs centrés sur l'élève :

- la préparation des élèves à une poursuite d'études réussie,
- le développement d'un regard critique sur les pratiques de la mercatique en cours dans les entreprises,
- la formation de citoyens sensibles aux problématiques du développement durable.

Présentation de la terminale STMG Mercatique

- 3) des objectifs didactiques en relation avec les contenus scientifiques abordés :
- l'étude approfondie de notions en nombre limité,
 - la mise en œuvre de capacités explicites,
 - la prise de recul sur des questions mercatiques dans des contextes identifiés.

Merci de votre attention