

STG MERCATIQUE (MARKETING)



LE PARCOURS MERCATIQUE

Première STG

Enseignements technologiques de spécialité

Spécialité Communication

Information et communication (150 h)
Information et gestion (90 h)

Terminale STG

Mercatique

(240 h)



INFORMATION ET COMMUNICATION EN PREMIÈRE

Spécialité Communication

Information et communication (150 h)

1. Le comportement des individus	25 h
2. La communication	50 h
3. L'information	40 h
4. L'organisation	35 h



INFORMATION ET COMMUNICATION EN PREMIÈRE

Détails des parties 1 et 2

Spécialité Communication

1. Le comportement des individus 1. Les facteurs du comportement 2. La dynamique comportementale	25 h
2. La communication 1. Notions de base 1.1. Types de communication 1.2. Composantes de la communication 1.3. Enjeux de la communication 2. La communication interpersonnelle 2.1. Construction du sens 2.2. Expression de l'identité des acteurs 2.3. Rôle des normes de communication 2.4. Importance du contexte sur la communication 2.5. Ressorts de l'influence 3. La communication des organisations 3.1. Communication interne et externe 3.2. Analyse de la communication des organisations 3.3. Communication et réseaux informatiques	50 h



MERCATIQUE

EN TERMINALE

1. Les bases de la mercatique	15 h
2. Analyser le marché	65 h
3. Construire l'offre	50 h
4. Communiquer l'offre	60 h
5. Distribuer l'offre	40 h
6. Contrôler l'action mercatique	10 h
Horaire élève total de l'enseignement technologique de spécialité « Mercatique »	240 h



MERCATIQUE

EN TERMINALE

1. Les bases de la mercatique	Définition, origine et évolution de la mercatique La démarche mercatique La mercatique dans les organisations	15 h
2. Analyser le marché	Le marché et ses composantes L'analyse de la demande L'analyse de la concurrence Le recueil et l'analyse des informations commerciales	65 h
3. Construire l'offre	L'offre La valeur de l'offre La cohérence de l'offre	50 h



MERCATIQUE

EN TERMINALE

4. Communiquer l'offre	La communication commerciale Les moyens de communication L'argumentation commerciale et sa mise en œuvre La cohérence et l'efficacité de la communication	60 h
5. Distribuer l'offre	Les objectifs et les enjeux de la distribution Les unités et les équipes commerciales Le réseau de distribution La cohérence et l'efficacité de la distribution	40 h
6. Contrôler l'action mercatique	Le contrôle interne : performances et cohérence Le contrôle externe : la mercatique et la société civile	10 h



LA PLACE DES TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION (T.I.C.)

○ Un complément indispensable :

- En tant qu'outil opérationnel dans l'acquisition des notions de commerce (texteur, tableur, SGBD, messagerie, agenda électronique, logiciel d'enquêtes ...)

○ Quelques objectifs :

- Rendre l'élève autonome par rapport à son ordinateur
- Faciliter la réalisation des activités commerciales
- Communiquer par écrit et oralement



POURSUITES D'ETUDES APRES LA STG MERCATIQUE

Des perspectives de poursuite d'études extrêmement variées....

B.T.S.

D.U.T.

D.P.E.C.F.
D.E.C.F.

UNIVERSITE

**CLASSE
PREPARATOIRE**

Les BTS...

...BAC + 2

Publicité

Banque

Professions immobilières

Technico-commercial

Communication des entreprises

Ventes et productions touristiques

Assurance

Transport

Assistant de gestion PME PMI

Négociation et relation client

Assistant secrétaire trilingue

Hôtellerie-restauration

Animation et gestion touristiques locales

Commerce international

Management des unités commerciales



Les IUT...

...BAC + 2

DUT
Information et Communication

DUT
Gestion
administrative et
commerciale

DUT
Techniques de
Commercialisation

DUT
Gestion logistique
et transport



Des classes préparatoires dédiées...

- **Classes « prépa » spécifiques**
- **Classes « prépa » HEC voie technologique**



CONCLUSION

- Utiliser les exemples, études de situation ... qui permettent de découvrir les concepts
- Favoriser la réflexion et le sens critique
- Aborder la mercatique sous deux angles :
 - pratiques d'entreprise
 - connaissances théoriques

Ceci résume assez bien l'approche didactique qui est souhaitée.

