

Partie pratique de l'épreuve de spécialité : L'étude

LES PRINCIPALES ÉTAPES DE L'ÉTUDE

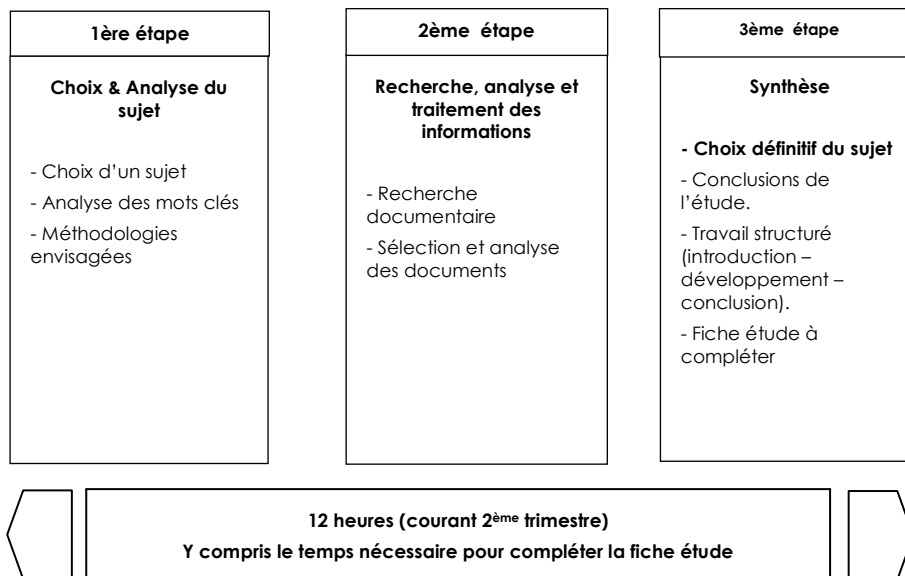
L'étude doit porter sur l'un des trois thèmes publiés pour l'année scolaire.

Année scolaire : 2008-2009

Thème 1 : la fixation du prix,

Thème 2 : le mode de distribution

Thème 3 : l'évolution de la communication commerciale



Un complément de travail peut être fourni par l'élève en dehors du temps de classe : interviews, enquête terrain, recherche au CDI ou en bibliothèque.

RECOMMANDATIONS

Vous devez conserver une trace de l'avancement de votre travail en complétant **le guide méthodologique (Annexe 1)** et **le tableau de bord (Annexe 2)**. Cela vous permettra notamment de mieux compléter **la Fiche étude (Annexe 3)** à présenter le jour de l'examen.

Le tableau de bord devra faire apparaître :

- le sujet de l'étude et les points développés (délimitation),
- le calendrier des principales étapes de l'étude,
- le travail effectué (en classe et en dehors du cadre scolaire),
- les modalités (entretien extérieur, recherche Internet, CDI...) et les références des documents consultés (auteur, date, source),
- le niveau d'avancement dans le travail (terminé, en cours...),

Vous présenterez ce tableau de bord et le guide méthodologique régulièrement à votre professeur qui pourra ainsi vous guider plus efficacement.

LES DOCUMENTS A PRODUIRE LE JOUR DE L'EXAMEN

Pour présenter la partie « Étude » à l'examen l'élève doit produire :

- la « **FICHE ÉTUDE** » signée par le professeur lorsque celui-ci a validé le travail de l'élève,
- cette « FICHE ÉTUDE » comprend notamment **les conclusions rédigées de l'étude**,
- **les documents et informations sélectionnés.**

Ces éléments constituent la partie « Étude » du dossier préparé par le professeur et destiné au jury. Ce jury est composé d'un professeur de Mercatique et d'un professeur d'Information et communication.

Cependant, l'élève pourra aussi se munir des documents qu'il n'a pas sélectionnés afin d'argumenter sur les raisons de son choix des documents sélectionnés ou rejetés.

COMMENT RÉDIGER LES CONCLUSIONS DE L'ÉTUDE ?

Fond

Objectif des conclusions rédigées :

Rendre compte de façon :

- objective (= neutre),
- concise (brève pour prouver qu'on sait aller à l'essentiel),
- ordonnée (un plan logique, bien construit).

Les différentes parties de la synthèse :

➤ Introduction :

Commencer par une phrase d'accroche qui éveille l'intérêt des examinateurs. Cette phrase doit être en rapport avec le sujet et les objectifs.

Énoncer le thème retenu et le sujet étudié en n'oubliant pas d'en préciser ses limites.

Annoncer un plan bâti en fonction des « idées forces » trouvées dans les documents.

L'introduction comprendra 3 à 5 lignes.

➤ Développement :

Il s'agit de confronter les documents en une synthèse. Ces paragraphes ne doivent pas être trop disproportionnés.

Chaque paragraphe développe une ou deux « idées forces » énoncées dans l'introduction.

L'argumentation doit être cohérente et traduire les idées essentielles des documents sélectionnés tout en soulignant les divergences, les convergences, les complémentarités.



Un document ne correspond pas à un paragraphe.

➤ Conclusion :

Elle résume ce qui a été dit auparavant (3 à 5 lignes).

Forme

- Une page
- En titre : le sujet
- Texte justifié
- Police Times new roman taille 12 ou police équivalente
- Marges : 2 cm
- Interligne simple

LES CONSEILS POUR EXPLOITER UN DOCUMENT

PREMIERE ÉTAPE : COMPRÉHENSION DU TEXTE

1. Lire globalement le texte

Dégager les idées principales.

Observer la date de publication, le nom de l'auteur, la source, l'origine.

2. Procéder à une relecture

Tout en prenant connaissance du texte, il faut se poser ces questions afin d'en faciliter la compréhension.

- De quoi s'agit-il ?
- Quel est le problème posé ?
- Quelles sont les idées principales ?
- Quels résultats ou quelles solutions l'auteur propose-t-il ?

Identifier et regrouper les mots clés ainsi que les phrases qui développent une idée importante.

DEUXIÈME ÉTAPE : ÉTUDE DU TEXTE

Ne pas reprendre systématiquement la formulation du texte mais chercher des équivalences (synonymes, mots de la même famille...).



Vous ferez une fiche de lecture pour chaque document étudié.

Liste des annexes du dossier :

- Annexe 1 : Guide méthodologique commenté pour l'élève (Fichier « Guide méthodologique 1 » sur lecteur commun – sans commentaire),
- Annexe 2 : Tableau de bord (Fichier tableau de bord de suivi de l'étude),
- Annexe 3 : Fiche étude (Fichier bacSTG_FicheEtude) suivie d'un Mode d'emploi de la Fiche étude.

Abonnements disponibles en consultation sur sites Internet :

- <http://www.lsa.fr/>
- <http://www.lentreprise.com/>

Ouvrages de référence disponibles et mis à votre disposition (me consulter) :

Mercator – Lendrevie

Publicitor – Lendrevie

Marketing management - Kotler

N'oubliez pas le CDI, la bibliothèque municipale, la Chambre de commerce et d'Industrie...

Autres fichiers accessibles sur le lecteur réseau commun :

Rechercher_Efficacement_ : en format pdf, un document qui vous donne de très bons conseils pour rechercher l'information sur le Web.

Lien utile pour la recherche, la sélection et la présentation des informations :

- <http://www.ebsi.umontreal.ca/jetrouve/>

Plusieurs sites de définitions et de notions de marketing :

- <http://www.emarketing.fr/Glossaire/ListeGlossaire.asp>
- <http://www.definitions-marketing.com/>
- <http://glossaires.infosmd.com/index.adml?r=1&s=0>
- <http://www.marketing-strategique.com/Notions.htm>
- ...