

CHOISIR LA TERMINALE MERCATIQUE ?

1 QUELQUES PISTES À EXPLORER POUR MIEUX VOUS CONNAITRE

Vos goûts	Vous «aimez» ... Prenez le temps de lister les matières que vous avez appréciées en 1STG.
Vos performances	Prenez le temps d'analyser avec lucidité et objectivité les résultats obtenus en 1STG dans les matières générales et technologiques et d'apprendre à identifier vos points forts et vos points faibles.
Votre curiosité personnelle pour chercher la « bonne voie »	Consultez les horaires des différentes matières et observez leur coefficient au bac STG Lisez attentivement le contenu du programme de la matière de la spécialité choisie. Explorez les liens proposés pour rechercher des idées de métiers et formations.

2. Les qualités requises

T STG MERCATIQUE

- Bonne présentation
- Qualités relationnelles, psychologie
- Sens du contact
- Autonomie
- Expression écrite et orale correctes
- Rigueur
- Aptitude au travail en équipe et à gérer son temps
- Aptitude à analyser des données statistiques
- Curiosité intellectuelle
- Dynamisme
- Volonté de réussir
- Goût pour la communication,
- De bonnes connaissances en communication
- Sens de l'organisation.
- Goût pour les outils de gestion commerciale

<p>3. Votre projet de formation supérieure :</p> <ul style="list-style-type: none"> - FAC ? IUT ? BTS ? GRANDES ECOLES ? - Études supérieures tertiaires ou générales ? - Études sup. courtes (2/3 ans) - Études sup. longues (4/6 ans) 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ BTS : Management des Unités Commerciales, Négociation Relation Client, commerce international, communication des entreprises, ➤ BTS Assurances, Tourisme- Loisirs, Transports ➤ DUT : Techniques de Commercialisation, gestion des entreprises et des administrations, gestion administrative et commerciale, gestion logistique et transport ; ➤ Classes préparatoires réservées aux STG et écoles de commerce ➤ Si vos projets se tournent vers des études supérieures plus longues (3 ans et plus) telles que les licences professionnelles, les classes préparatoires vers les Hautes Etudes Commerciales (CPGE en lycée), les Universités, cela nécessite un bon niveau en enseignement général.
<p>4. Aperçu du programme</p>	<p style="text-align: center;">La mercatique</p> <p>Ce programme couvre l'ensemble des concepts fondamentaux du marketing et se démarque d'un enseignement de la vente (les bases du marketing, l'analyse du marché, la construction de l'offre, la distribution de l'offre, le contrôle de l'action marketing)</p>
<p>5. Les emplois possibles</p>	<p style="text-align: center;"><u>Emplois</u> : commerciaux</p> <p>Très grande diversité des métiers commerciaux : pour les découvrir consultez les sites indiqués dans la webographie</p>

LES HORAIRES EN TERMINALE MERCATIQUE

HORAIRES ELEVES EN TERMINALE STG	MERCATIQUE
Enseignements obligatoires	
Enseignements technologiques	
Économie - droit	4 h (3+1)
Management des organisations	2 h (1+1)
Communication et Gestion des Ressources Humaines	
Mercatique (marketing)	8 h (4 + 4)
Enseignements généraux	
Philosophie	2 h
Mathématiques	3 h
LV1	3 h
LV2	2 h
Histoire -géographie	2 h
EPS	2 h
TOTAL	28 h
Heures de vie de classe	10 h annuelles
Atelier artistique (facultatif)	72 h annuelles
Options facultatives (2 au maximum)	
Langues régionales	2 h
Education physique et sportive	3 h
Arts	3 h

LES EPREUVES DU BAC EN TERMINALE MERCATIQUE

Discipline	Mode	Durée	Coeff.
EAF FRANÇAIS	Ecrit	4 h	2
En 1^{ère} STG	Oral	20 mn	2
Epreuves terminales			
Histoire-géographie	Ecrit	2h30 h	2
Philosophie	Ecrit	4 h	2
Mathématiques	Ecrit	3 h	3
Langue vivante 1	Ecrit et Oral en CCF	2 h	3
Langue vivante 2	Ecrit et Oral en CCF	2 h	2
Economie et Droit	Ecrit	3 h	6
Management des organisations	Ecrit	3 h	4
Mercatique (Marketing)	Ecrit et Pratique	4 h	12 (7+5)
Education physique et sportive	CCF		2
Education physique et sportive (complément)	CCF		2

CCF : Contrôle en Cours de Formation

QUE FAIT-ON EN TERMINALE MERCATIQUE ?

Un programme en 6 parties

① PRÉSENTATION DES BASES DE LA MERCATIQUE:

- Définition, origines et bases de la mercatique
- La démarche mercatique
- La mercatique dans les organisations

COMMENT METTRE EN ŒUVRE LA DÉMARCHE MERCATIQUE ?

② ANALYSER LE MARCHÉ

- Définir le marché en s'appuyant sur la notion de demande des consommateurs et sur l'analyse de la concurrence
- Exploiter les principales méthodes de recueil et d'analyse des informations commerciales

③ CONSTRUIRE L'OFFRE

- Construire une offre composée de produits et de services associés
- Déterminer la valeur de l'offre (le prix), la modifier de façon temporaire en agissant sur le prix ou sur les produits (promotion).
- Assurer la cohérence de l'offre



④ COMMUNIQUER L'OFFRE

- Adresser une communication commerciale de masse ou à un individu (communication relationnelle)
- Analyser les principales méthodes de communication (publicité, mercatique directe...)
- Nécessairement rendre cohérent et efficace la communication commerciale

⑤ DISTRIBUER L'OFFRE

- Mettre en jeu des réseaux de distribution, des unités commerciales (points de vente) et des équipes commerciales
- Situer les objectifs essentiels et les enjeux de la distribution. Montrer la place, le rôle et les méthodes utilisées à chaque niveau de la distribution en s'assurant de leur cohérence et de leur efficacité

⑥ CONTROLER L'OFFRE

- Contrôler la cohérence générale de la démarche mercatique
- Contrôler son efficacité source de performance de l'organisation