

Dans le prolongement de l'enseignement commun, l'enseignement spécifique de mercatique (marketing) vise à aborder plus particulièrement des problématiques et des pratiques actuelles de marketing dans les organisations.

Présentation du programme

- ✓ La mercatique est l'ensemble des techniques et des actions par lesquelles une entreprise développe la vente de ses produits et de ses services en adaptant leur production et leur commercialisation aux besoins et aux pratiques du consommateur. Elle permet aux organisations en général et aux entreprises en particulier d'assurer leur survie et de se développer sur des marchés fluctuants.
- ✓ Relevant des sciences de gestion et du management, la mercatique a étendu son action au-delà du cadre traditionnel des entreprises aux secteurs non marchands (secteur associatif ou secteur public).
- ✓ Le succès de la démarche mercatique suscite de légitimes interrogations, à la fois des consommateurs-citoyens qui peuvent en contester le pouvoir d'influence, mais aussi des pouvoirs publics qui cherchent à en réguler l'usage.
- ✓ L'enseignement spécifique de mercatique (marketing) vise à :
 - ouvrir la réflexion des élèves sur un large champ d'outils et de pratiques qui structurent leur environnement quotidien de consommateur et de citoyen, et à développer leur esprit critique.
 - faire découvrir les nombreux métiers qui relèvent de ce champ professionnel.
- ✓ L'enseignement spécifique de mercatique s'appuie sur l'observation de l'environnement de l'élève, dans un domaine particulièrement riche et prégnant.
- ✓ Il mobilise les acquis de la classe de première, en particulier en management et en sciences de gestion et numérique.

Les trois thèmes de l'enseignement spécifique Mercatique

- ✓ Le programme de l'enseignement spécifique de mercatique (marketing) permet de couvrir trois thèmes:
 - la définition de l'offre;
 - la distribution de l'offre;
 - la communication de l'offre.
- ✓ La mercatique y est abordée à partir de différents points de vue celui du consommateur, celui de l'organisation et celui de la société, permettant ainsi à l'élève de découvrir une pluralité d'approches, à la fois concurrentes et complémentaires.

MERCATIQUE



Lycée

Charles

Baudelaire

Cet enseignement contribue à :

- ✓ préparer les élèves à une poursuite d'études réussie en développant leur regard critique sur les pratiques de la mercatique dans les entreprises et former de futurs citoyens sensibles aux problématiques du développement durable;
- ✓ fixer des objectifs en relation avec des questions mercatiques dans des contextes identifiés.

Cette mise en œuvre suppose :

- de mobiliser des pratiques ancrés sur le fonctionnement réel d'organisations;
- de réinvestir des acquis de la classe de première en sciences de gestion et numérique, en management mais également en droit et en économie;
- de recourir constamment aux solutions numériques.

Le profil de l'élève

- Curieux de son environnement,
- Disposé à fournir un travail en groupe et individuel,
- Capable de s'adapter à des contextes variés,
- Rigoureux dans ses apprentissages,
- Adeptes des solutions numériques

Les poursuites d'études

Formations BAC +2 : entre autres (d'autres BTS spécialisés sont ouverts aux STMG)

- BTS MCO (Management Commercial Opérationnel)
- BTS NDRC (Négociation et Digitalisation de la Relation Client)
- BTS SAM (Support à l'Action Managériale)
- BTS Gestion de la PME
- BTS CI (Commerce International)
- BTS professions Immobilières, BTS banque assurance,

Formations BAC + 3

- À l'IUT :
 - BUT : Techniques de commercialisation
 - BUT GACO : Gestion Administrative et Commerciale des Organisations

- Licence professionnelle : en 3 ans après le Bac ou 1 an après un BTS

Classes préparatoires aux Ecoles de Management :

- CPGE Economiques et Commerciales puis École de commerce

Filière universitaire :

- Licence Économie-gestion

MERCATIQUE

