Enseignement spécifique de mercatique (*marketing*)

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. Elle a aussi pour objectif de leur 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. Il vise à construire avec la participation active de l'élève des notions essentielles, en les situant dans des contextes économiques et sociaux. Cet enseignement permet enfin à l'élève de maîtriser un certain nombre de méthodes qui favoriseront sa réussite dans des enseignements commerciaux au-delà du lycée et qui pourront être mobilisées et transférées dans d'autres champs d'études.

Dans le cadre d'un travail de groupe, la démarche de projet permet aux élèves qui mènent des activités relevant du champ de la mercatique de réinvestir les notions étudiées et de développer leurs capacités d'organisation, d'initiative, d'autonomie, et de créativité. Le recours aux technologies numériques est incontournable dans un domaine professionnel qui en fait très largement usage.

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. Il n'y a pas lieu de valoriser une de ces approches par rapport aux autres. Le programme examine les concepts mercatiques appliqués à tout type d'organisation.

Lycée Monge – Série STMG