



Concours de recrutement du second degré

Rapport de jury

Concours : CAPET interne et CAER

Section : économie et gestion

Option : marketing

Session 2019

Rapport de jury présenté par : Dominique CATOIR

Président du jury

STATISTIQUES GÉNÉRALES

	2016		2017		2018		2019	
	CAPET	CAER	CAPET	CAER	CAPET	CAER	CAPET	CAER
Inscrits	307	140	332	147	357	157	405	166
Présents	133	81	135	97	138	95	182	94
Admissibles	27	36	35	37	35	30	42	32
Admis	12	16	14	16	14	12	18	15
Postes budgétaires	12	16	14	16	14	12	18	15
Moyenne générale des admis	13,47	14,69	13,57	14,82	14,13	14,19	13,37	14,82

	RÉSULTATS DE LA SESSION 2019	
	CAPET	CAER
Inscrits	405	166
Présents admissibilité	182	94
Admissibles	42	32
Présents admission	42	31
Moyenne obtenue par l'ensemble des candidats au dossier	9,79	10,32
Moyenne obtenue par les seuls candidats admissibles au dossier	13,88	13,50
Moyenne obtenue à l'épreuve d'admission par l'ensemble des candidats admissibles	10,05	12,61
Moyenne obtenue à l'épreuve d'admission par les seuls candidats admis	13,06	15,40
Moyenne obtenue à l'ensemble des épreuves par les seuls candidats admis	13,37	14,82
Barre d'admission	12,00	14,00
Nombre de candidats admis	18	15

PREMIÈRE PARTIE : ÉPREUVE D'ADMISSIBILITÉ

1. STATISTIQUES 2019

Nombre de dossiers corrigés	CAPET	CAER
276	223	54

	N<5	5>=N<8	8<=N<10	10<=N<12	12<=N<15	N>=15
Nombre de notes	0	60	74	52	76	14
Pourcentages	0 %	21,74 %	26,81 %	18,84 %	27,54 %	5,07 %

La moyenne générale des dossiers présentés est de 9,79 pour le CAPET et de 10,32 pour le CAER (contre respectivement 10,29 et 10,52 pour la session 2017). La moyenne des dossiers des candidats admissibles en 2019 est de 13,88 pour le CAPET, et de 13,50 pour le CAER.

2. PRÉSENTATION GÉNÉRALE

Conformément à l'arrêté du 27 avril 2011 (publication au journal officiel du 3 mai 2011), le dossier de reconnaissance des acquis de l'expérience professionnelle (RAEP) est exigé pour l'épreuve d'admissibilité. Ce dossier personnel de 8 pages maximum, constitué par le candidat, comporte obligatoirement deux parties¹:

- dans une première partie (**2 pages dactylographiées maximum**), le candidat décrit les responsabilités qui lui ont été confiées durant les différentes étapes de son parcours professionnel, dans le domaine de l'enseignement, en formation initiale (collège, lycée, apprentissage) et, le cas échéant, en formation continue des adultes.
- dans une seconde partie (**6 pages dactylographiées maximum**), le candidat développe plus particulièrement, à partir d'une analyse précise et parmi ses réalisations pédagogiques dans la discipline concernée par le concours, celle qui lui paraît la plus significative, relative à une situation d'apprentissage et à la conduite d'une classe qu'il a eue en responsabilité. L'analyse est étendue, le cas échéant, à la prise en compte de la diversité des élèves, ainsi qu'à l'exercice de la responsabilité éducative et à l'éthique professionnelle. Cette analyse devra mettre en évidence les apprentissages, les objectifs, les progressions ainsi que les résultats de la réalisation que le candidat aura choisie de présenter.

En annexes du dossier, le candidat a la possibilité de joindre **au maximum deux documents ou travaux** produits dans le cadre de la réalisation pédagogique présentée.

Les candidats doivent **obligatoirement** joindre à leur dossier de RAEP, la page de garde et la fiche de renseignements téléchargeables sur le site du ministère dans l'espace « concours-recrutement » : <http://www.education.gouv.fr/cid4929/nouvelle-epreuve-d-admissibilite-de-certains-concours-internes.html>

¹ Le texte ci-dessous est extrait de l'annexe 2 de l'arrêté du 27 avril 2011.

3. REMARQUE PRÉALABLE

Le dossier de RAEP vise à mettre en valeur le parcours professionnel du candidat, les éléments de son expérience qui témoignent de son implication dans l'exercice de son métier, ainsi que de la pertinence de sa réflexion didactique et pédagogique.

Le contenu présenté doit permettre au jury d'apprécier les compétences professionnelles du candidat en référence aux compétences que les professeurs doivent maîtriser pour l'exercice de leur métier, dans le référentiel publié au bulletin officiel n° 30 du 25 juillet 2013 :

Compétences communes à tous les professeurs et les personnels d'éducation, acteurs du service public d'éducation

- Faire partager les valeurs de la République
- Inscrire son action dans le cadre des principes fondamentaux du système éducatif et dans le cadre réglementaire de l'école

Compétences communes à tous les professeurs et les personnels d'éducation, pédagogues et éducateurs au service de la réussite de tous les élèves

- Connaître les élèves et les processus d'apprentissage
- Prendre en compte la diversité des élèves
- Accompagner les élèves dans leur parcours de formation
- Agir en éducateur responsable et selon des principes éthiques
- Maîtriser la langue française à des fins de communication
- Utiliser une langue vivante étrangère dans les situations exigées par son métier
- Intégrer les éléments de la culture numérique nécessaires à l'exercice de son métier

Compétences communes à tous les professeurs et les personnels d'éducation, acteurs de la communauté éducative

- Coopérer au sein d'une équipe
- Contribuer à l'action de la communauté éducative
- Coopérer avec les parents d'élèves
- Coopérer avec les partenaires de l'école
- S'engager dans une démarche individuelle et collective de développement professionnel

Compétences communes à tous les professeurs, professionnels porteurs de savoirs et d'une culture commune

- Maîtriser les savoirs disciplinaires et leur didactique
- Maîtriser la langue française dans le cadre de son enseignement

Compétences communes à tous les professeurs, praticiens experts des apprentissages

- Construire, mettre en œuvre et animer des situations d'enseignement et d'apprentissage prenant en compte la diversité des élèves
- Organiser et assurer un mode de fonctionnement du groupe favorisant l'apprentissage et la socialisation des élèves
- Évaluer les progrès et les acquisitions des élèves

BOEN n°30 du 25 juillet 2013

La lecture de ce BOEN, dans sa totalité, est nécessaire pour appréhender l'étendue et la diversité du métier d'enseignant et donner aux candidats une grille d'analyse de leur parcours professionnel.

C'est donc un outil au service d'un regard réflexif sur sa pratique, outil qui ne présente toutefois pas un caractère exclusif.

La présentation à un concours de recrutement est un investissement important. La réussite suppose une préparation planifiée et soignée. Elle implique la prise en compte des recommandations proposées dans ce rapport de jury.

Il est conseillé aux candidats de lire avec attention les textes officiels définissant l'épreuve afin d'orienter la rédaction du dossier et de se rapprocher le plus possible des attentes du jury exprimées notamment au travers des six critères d'évaluation (cf. 4 « Remarques globales sur le dossier de RAEP »).

4. REMARQUES GLOBALES SUR LE DOSSIER DE RAEP

4.1. REMARQUES SUR LA PRÉSENTATION DU DOSSIER DE RAEP

Globalement, les membres du jury constatent que la présentation matérielle des dossiers est satisfaisante : dossier relié pour en faciliter la manipulation, respect des consignes (nombre de pages [2+6], pagination, respect des interlignes, marges, police, etc.).

Les meilleurs dossiers présentent les qualités suivantes :

- une structure apparente avec des titres porteurs de sens,
- une syntaxe et une orthographe irréprochables,
- une expression écrite de qualité avec un vocabulaire adapté à un contexte d'enseignement,
- des précisions sur les sources utilisées dans les supports pédagogiques,
- des annexes synthétiques et pertinentes au regard de la séquence présentée.

4.2. REMARQUES SUR LA PARTIE 1 DU DOSSIER

Cette première partie, sur deux pages maximum, a pour objectif de permettre au jury de comprendre le parcours professionnel des candidats et les compétences acquises.

Cette partie doit présenter clairement la formation initiale (diplômes ou qualifications obtenus), la formation continue et le parcours professionnel (en entreprise et/ou dans l'enseignement). Le jury attend des candidats dans cette rubrique une capacité d'analyse critique de leur activité.

La lecture de cette partie doit permettre de comprendre la cohérence du parcours et des compétences développées au regard des qualités attendues d'un enseignant en économie et gestion dans la spécialité « marketing ».

Les expériences d'enseignement doivent être analysées précisément en indiquant : le statut professionnel, le type d'établissement d'exercice et les services assurés au moment de la constitution du dossier (matières, classes, spécificités).

Les expériences en entreprise doivent être analysées quant à leur contenu et aux compétences

acquises pouvant être réinvesties dans la pratique d'enseignement. Les expériences de la vie associative participent à la richesse des compétences des candidats et peuvent apparaître dans cette partie.

4.3. REMARQUES SUR LA PARTIE 2 DU DOSSIER

Sur le fond

Il s'agit, dans cette seconde partie de l'épreuve, de choisir et de présenter une activité d'enseignement tirée d'une expérience personnelle de formation. Cette activité doit mettre en valeur les compétences acquises au regard des compétences attendues pour un futur enseignant d'économie et gestion spécialité « marketing ».

Une présentation structurée doit permettre de connaître l'environnement dans lequel le candidat élabore sa proposition pédagogique, ses objectifs, les moyens ainsi que les supports utilisés avec les élèves.

Les annexes illustrent les réflexions et les recherches menées par les candidats. Elles se limitent à un ou deux éléments et sont numérotées : si le nombre de pages des annexes n'est pas précisé, il doit être raisonnable pour que le jury puisse en prendre précisément connaissance. Dans ce cadre, les déroulés de séquence et de séance doivent être intégrés dans la partie 2 du dossier RAEP et non en annexe. Les supports proposés aux élèves peuvent être mis en annexe par exemple.

Les dossiers des candidats admissibles proposent des situations d'enseignement contextualisées, inscrites dans une progression pédagogique cohérente. La stratégie d'enseignement choisie est explicitée et justifiée très précisément afin de démontrer une maîtrise des contenus scientifiques et techniques (inscrits dans le champ de la spécialité « marketing » du concours), ainsi que de réelles capacités d'enseignement.

Développée rigoureusement, cette démarche permet d'illustrer la réflexion pédagogique et didactique du candidat.

Le jury insiste sur le fait que le choix de l'activité proposée doit être pertinent, ce qui signifie que le niveau de formation retenu, ainsi que le programme (ou référentiel) choisi doivent correspondre à la **spécialité « marketing »** du concours. De même, l'intérêt pédagogique de l'activité proposée doit être démontré. Si ce n'était pas le cas du fait de la situation professionnelle particulière du candidat, **des pistes claires de transposition** dans des enseignements en lien avec la spécialité « marketing » du concours doivent être données.

L'activité décrite doit être maîtrisée tant au niveau des enjeux scientifiques et techniques (indication de références théoriques, maîtrise de connaissances scientifiques) qu'au niveau des enjeux didactiques et pédagogiques (connaissance des programmes et des référentiels, définition d'objectifs opérationnels, maîtrise de situations professionnelles, repérage des difficultés éventuelles des élèves, traitement des supports proposés, etc.).

La situation d'enseignement choisie doit porter sur le programme du cycle terminal Sciences et technologies du management de la gestion (STMG), notamment de la spécialité mercatique, voire sur ceux des sections de techniciens supérieurs Management Commercial Opérationnel, Négociation et digitalisation de la relation client, Commerce international. Si ce n'est pas le

cas du fait de l'expérience professionnelle du candidat, **une transposition spécifique dans ces classes doit être envisagée**. En effet, le jury doit pouvoir apprécier la bonne compréhension par le candidat de la démarche technologique tertiaire et ses finalités.

Par ailleurs, des éléments d'évaluation de l'activité proposée et d'auto-analyse doivent être fournis et explicités.

Pour conclure, le jury attend que cette partie soit analytique, et non pas seulement descriptive, ce qui est malheureusement souvent le cas.

Sur la forme

Cette seconde partie nécessite une structuration importante du propos permettant :

- d'identifier clairement les étapes de la démarche didactique et pédagogique suivie,
- de mettre en valeur la réflexion et l'analyse,
- d'articuler les 6 pages et les annexes. Pour cela, les documents ou travaux annexés sont concis, précis et doivent être en lien direct avec l'activité d'enseignement présentée,
- de faciliter la lecture par des liens, des renvois, des commentaires associés aux tableaux, aux annexes, aux sources et aux références utilisées.

Le dossier doit mettre en valeur les éléments soulignés par le candidat à travers des paragraphes aérés, des titres porteurs de sens, une présentation qui atteste du professionnalisme et de la rigueur du candidat.

La clarté, la maîtrise de la langue, la qualité de l'expression et la maîtrise de l'orthographe et de la syntaxe sont des prérequis indispensables pour la réalisation d'un dossier de recrutement de professeurs de lycée général et technologique.

Par ailleurs, les règles formelles doivent être respectées : elles sont restrictives (2 pages pour la première partie, 6 pages pour la seconde) et invitent le candidat à la concision. En deçà du nombre de pages maximum, l'exposé de la proposition pédagogique risque de ne pas être assez précis. Au-delà, certains éléments pourraient ne pas être pris en compte par le jury.

En outre, les éléments d'authentification administratifs (tampon, signature du proviseur) doivent apparaître clairement afin de valider la recevabilité du dossier.

Le jury déplore de plus en plus de dossiers « standardisés » proposés par des candidats à plusieurs concours qui n'ont pas le souci d'en adapter leur contenu, ni leur forme. Cette pratique questionne quant à la future posture professionnelle de ceux-ci.

Les membres du jury soulignent par ailleurs des dossiers avec des problèmes de mise en page, ce qui n'est pas acceptable au regard des compétences informatiques attendues dans la série STMG et en STS.

4.4 CONCLUSION

En conclusion de l'évaluation du dossier, le jury a regretté :

- un manque de précision sur le parcours professionnel et/ou personnel de certains candidats,

- des dossiers souvent plus descriptifs qu'analytiques, ne faisant ni ressortir les choix des candidats (pédagogiques et didactiques notamment), ni la justification de ces choix,
- des objectifs mal explicités,
- des transversalités peu abordées,
- des déroulements de séance irréalistes,
- un manque de recul et de justification des choix proposés,
- un manque de contextualisation des séances (environnement de travail, contexte de l'enseignement, prérequis, etc.),
- une approche théorique trop rarement explicitée,
- des propositions qui s'arrêtent à une déclaration d'intention, sans présentation d'une mise en œuvre pédagogique concrète,
- un manque de créativité pédagogique, et parfois même de productions réelles personnelles (le candidat ne peut d'ailleurs limiter sa proposition à un extrait de manuel scolaire),
- des annexes non didactisées qui n'illustrent donc pas, dans la majorité des cas, le travail réflexif de l'enseignant, ou bien des annexes trop anciennes pour constituer un support pédagogique pertinent,
- des abréviations souvent non explicitées,
- des propos narratifs de type « j'ai fait, j'ai dit, ils m'ont répondu »,
- des descriptions de séquence dans lesquelles aucune des séances n'est détaillée, ce qui ne permet pas au candidat d'approfondir son analyse de pratique, ni au jury d'en apprécier sa qualité.
- des citations d'auteurs et des références théoriques sans aucun lien avec la proposition pédagogique présentée,
- une prise en compte insuffisante de la démarche technologique,
- un catalogue d'outils numériques au lieu d'un choix limité mais pertinent de ces outils.

En revanche, les meilleurs dossiers s'appuient sur des situations d'enseignement bien travaillées (scénarii pédagogiques), avec une transposition dans la spécialité « marketing » du concours, accompagné d'une véritable analyse réflexive, valorisant des transversalités avec les autres enseignements de la classe et intégrant des activités numériques. Ces situations d'enseignement s'appuient sur des contextes réels proches de l'environnement des élèves.

De plus, la démarche didactique est explicitée, le profil et les besoins des élèves sont pris en compte, la maîtrise des concepts scientifiques et techniques (avec des références théoriques) est réelle, le programme (ou le référentiel) choisi est en lien avec le programme du concours, les documents supports sont choisis, cohérents avec la réalité professionnelle, et leur contenu est adapté au niveau des élèves. Enfin, les choix pédagogiques sont argumentés, justifiés et articulés, et le candidat est en mesure de prendre du recul et d'introduire une dimension critique sur son travail.

5. CONSEILS AUX CANDIDATS

Il est indispensable que les candidats consultent le B.O. définissant l'épreuve afin d'en maîtriser les spécificités et qu'ils lisent attentivement le rapport du jury pour s'imprégner des attentes du jury. Il va de soi enfin qu'ils sont invités à suivre, quand elles sont proposées en académie, les préparations à la constitution du dossier de RAEP.

Si l'activité exploitée n'est pas dans la spécialité de la voie technologique, les jurys attendent une transposition de la situation pédagogique dans les programmes et référentiels STMG ou STS de la spécialité « marketing ».

Le jury conseille, pour les candidats qui n'interviennent pas en voie technologique, qu'ils testent leur proposition pédagogique auprès d'une classe de première ou terminale STMG, ou bien auprès d'une classe de STS après accord du chef d'établissement et de l'enseignant de la classe. Il faut rappeler en effet que le CAPET/CAER interne économie et gestion option « marketing » vise à recruter des professeurs dont la vocation est d'enseigner en classe de première STMG, de terminale STMG et en classe de brevet de techniciens supérieurs.

Si une majorité de candidats exerce le métier d'enseignant (contractuels, PLP, etc.), d'autres n'ont pas d'expérience d'enseignement (expérience d'assistant d'éducation...) ou sont issus d'autres niveaux d'enseignement que le secondaire (professeurs des écoles par exemple). Il leur appartient de démontrer en quoi leur parcours leur a permis de construire des compétences particulières, une identité professionnelle afin d'exercer efficacement le métier de professeur d'économie et gestion « marketing ». Ils doivent pour cela proposer une transposition de leur activité en cycle terminal STMG ou de BTS (par exemple une expérience de professeur des écoles ou d'assistant d'éducation ne suffira pas ; de la même manière, une séquence de mathématiques sur le théorème de Thalès ou Pythagore n'a pas sa place dans ce concours, car elle ne présente aucun lien avec l'économie et gestion).

Le jury tient à préciser qu'aucune corrélation ne peut être établie entre le parcours des candidats et les résultats à l'admissibilité. En outre, des candidats issus de lycées professionnels ou d'autres niveaux de formation obtiennent parfois de très bonnes notes au dossier de RAEP quand ils font l'effort d'adapter leurs pratiques à l'enseignement technologique tertiaire.

De plus, la maîtrise des enjeux scientifiques constitue l'un des critères importants de l'évaluation du dossier. S'agissant d'un concours interne de recrutement d'enseignants, ces enjeux sont à relier aux dimensions pédagogiques et didactiques de la situation exposée. De plus, une auto-analyse prenant en compte les éventuelles difficultés professionnelles rencontrées est indispensable.

Enfin, il est conseillé aux candidats qui se représentent à une nouvelle session du concours de repenser le contenu de leur dossier pour valoriser d'éventuelles autres expériences pédagogiques vécues depuis. Cela leur permettra également d'actualiser leurs supports pédagogiques et de pallier les manques qui avaient été relevés.

En résumé, le jury attend des candidats :

Sur la forme :

- qu'ils rédigent et structurent leur dossier dans le respect des règles de syntaxe, grammaire et orthographe ;
- qu'ils fassent référence à des annexes pertinentes et synthétisées, favorisant la compréhension de la séance présentée,
- qu'ils insèrent des renvois aux annexes pour faciliter le travail de repérage du jury,
- qu'ils utilisent à bon escient, le cas échéant, les notes de bas de page et les citations des auteurs.

Sur le fond :

- qu'ils proposent une séquence en STMG et en STS et ce dans la spécialité « marketing » plutôt qu'en management, droit ou économie, sachant qu'à défaut, la transposition est indispensable,

- qu'ils soient les concepteurs de leur proposition d'activité d'enseignement et des annexes pédagogiques, et à ce titre, qu'ils fassent preuve de créativité : la reprise d'un manuel n'est pas suffisante pour faire la démonstration de ses qualités pédagogiques et didactiques,
- qu'ils renseignent la place de la séance dans la progression en énonçant ses objectifs opérationnels, la période et la durée consacrée, les prérequis, les notions à construire, les transversalités, les activités réalisées, les enchaînements, les supports, les évaluations. Les candidats sont acteurs de la séance, ils doivent être en mesure d'expliquer leur rôle, la pertinence des activités proposées, y compris en matière d'évaluation et de remédiation,
- qu'ils fassent des propositions contextualisées au regard du sujet proposé,
- qu'ils utilisent de façon pertinente les approches pédagogiques propres à l'enseignement technologique tertiaire,
- qu'ils soient rigoureux dans la formulation des consignes données aux élèves/étudiants et dans l'utilisation du vocabulaire scientifique,
- qu'ils prennent du recul et justifient leur argumentation pédagogique et didactique, et qu'ils formulent le cas échéant un jugement critique sur le déroulement de la séance ainsi que les mesures correctrices à mettre en œuvre,
- qu'ils valorisent, le cas échéant, leur expérience en entreprise dans le cadre de la séance présentée,
- qu'ils inscrivent leur action dans le cadre d'un travail d'équipe,
- qu'ils intègrent le numérique de manière pertinente dans les activités présentées.

D'autres éléments peuvent venir compléter la réflexion du candidat : conditions du suivi individuel ou personnalisé des élèves, aide au travail personnel, usages numériques au service des apprentissages, contribution au processus d'orientation et d'insertion des jeunes.

Pour les candidats admissibles, le jury demande régulièrement des compléments d'information sur le dossier de RAEP au moment de l'épreuve orale. Un temps est prévu à cet effet lors de l'entretien.

Tous ces conseils et remarques formulés par le jury prennent sens à la lecture des critères d'évaluation des dossiers RAEP figurant dans l'arrêté du 27 avril 2011 :

- la pertinence du choix de l'activité décrite,
- la maîtrise des enjeux scientifiques et techniques, didactiques et pédagogiques de l'activité décrite,
- la structuration du propos,
- la prise de recul dans l'analyse de la situation exposée,
- la justification argumentée des choix pédagogiques opérés,
- la qualité de l'expression et la maîtrise de l'orthographe et de la syntaxe.

DEUXIÈME PARTIE : L'ÉPREUVE ORALE D'ADMISSION

L'EXPLOITATION PÉDAGOGIQUE D'UN THÈME DANS L'OPTION CHOISIE

1. STATISTIQUES

	CAPET	CAER
Candidats admissibles	42	32
Candidats présents	42	31
Candidats admis	18	15
Moyenne à l'épreuve d'admission des candidats non éliminés	10,05	12,61
Moyenne à l'épreuve d'admission des candidats admis	13,06	15,40

Répartition des notes (en valeur absolue et en pourcentage) :

N<5	5= \leq N<8	8= \leq N<10	10= \leq N<12	12= \leq N<15	N>15
0	14	15	9	18	17
0,0 %	19,2 %	20,5 %	12,3 %	24,7 %	23,3 %

29 candidats ont eu une note inférieure à 10 et 44 une note égale ou supérieure à 10.

Par rapport à la session précédente, les notes obtenues par l'ensemble des candidats à cette session sont en baisse pour le CAPET (10,53/20 en 2018), et en hausse pour le CAER (10,86/20 en 2018).

2. DÉFINITION DE L'ÉPREUVE

(Arrêté du 27/04/2011 publié au JO du 03/05/2011)

- **Préparation** : 3 heures
- **Durée** : 1 heure 10 minutes maximum (dont exposé de 40 minutes au maximum, un entretien de 20 minutes maximum, un échange sur le dossier de RAEP de 10 minutes maximum).
- **Coefficient** : 2

Définition :

L'épreuve comprend un exposé et un entretien avec le jury. Elle vise à apprécier :

- l'aptitude du candidat à communiquer oralement ;
- sa capacité à définir des objectifs de formation, à structurer un cours, à organiser une séquence d'activités, à mettre en place des pratiques d'évaluation adaptées ;
- sa connaissance des secteurs d'activités et des métiers, des évolutions technologiques et organisationnelles en relation avec l'option choisie (« marketing ») ;
- sa connaissance des programmes de la discipline et son aptitude à adapter son enseignement à leur finalité ;
- ses facultés à prendre en compte le contexte donné en annexe et les évolutions technologiques pour y adapter son enseignement (outils et notamment utilisation de supports numériques).

3. PRÉSENTATION GÉNÉRALE DE L'ÉPREUVE

Les sujets proposés à la session 2019 sont au nombre de trois et portent sur les questions de gestion suivantes (voir annexe du rapport du jury) :

- « La mercatique cherche-t-elle à répondre aux besoins des consommateurs ou à les influencer ? »
- « La mercatique peut-elle être éthique ? »
- « La mercatique durable est-elle un mythe ou une réalité ? »

Ils sont accompagnés :

- d'une annexe présentant le contexte d'enseignement à prendre en compte ;
- d'une annexe comprenant l'extrait du programme concerné.

Sur la première page figurent le thème et les attendus à partir desquels le candidat doit construire son exposé. Le jury invite les candidats à lire attentivement ces consignes.

En outre, pendant les trois heures de préparation, les candidats disposent de la partie du programme ou du référentiel correspondant au sujet (indications générales, thèmes, sens et portée de l'étude, notions et contenus à construire, indications complémentaires). Ce document permet de délimiter le champ des apprentissages.

Par ailleurs, le candidat peut se munir des sources, supports et outils qu'il juge nécessaires et dont il peut disposer lors de sa préparation et de son exposé. Toutefois, la connexion à l'Internet ainsi que l'accès à une imprimante et à une alimentation électrique ne sont pas autorisés. De même l'utilisation d'un vidéoprojecteur – même personnel – n'est pas prévue compte tenu de la configuration des locaux.

Pour la session 2019, l'ensemble des exploitations pédagogiques des thèmes a eu pour cadre la classe de terminale sciences et technologies du management et de la gestion (STMG) spécialité mercatique.

Toutefois, il est également demandé aux candidats de prolonger leur réflexion vers les sections de techniciens supérieurs du champ commercial inscrites au programme du concours

(BTS Management Commercial Opérationnel, Négociation et digitalisation de la relation client, Commerce international) ou éventuellement de façon complémentaire les STS Communication ou Technico-commercial.

4. DÉROULEMENT DE L'ÉPREUVE

Le candidat présente durant 40 minutes au maximum l'exploitation pédagogique du thème proposé. Les notions et les capacités à faire acquérir aux élèves sont indiquées sur le sujet. Le candidat doit nécessairement traiter tous les points suivants :

- les objectifs poursuivis,
- la place de la proposition dans sa progression pédagogique,
- le déroulement envisagé,
- les liens avec les notions et concepts étudiés en sciences de gestion en classe de première STMG,
- les transversalités,
- les documents sélectionnés et leurs modalités d'exploitation avec le groupe classe,
- les supports, les outils utilisés (notamment les outils numériques) pour construire les capacités et les notions associées à la question de gestion posée,
- le ou les dispositif(s) d'évaluation prévu(s),
- les approches et les apports complémentaires nécessaires pour aborder la question de gestion dans une section de techniciens supérieurs de son choix (MCO, NDRC, CI),
- les autres aspects qu'il juge utiles de présenter.

Un entretien avec le jury permet ensuite, durant 20 minutes au maximum, d'obtenir les précisions nécessaires sur les points suivants :

- l'exploitation pédagogique : objectifs de formation, pratiques pédagogiques, contenus disciplinaires, modalités d'évaluation,
- la connaissance de l'environnement professionnel : évolution des métiers, environnement technologique, évolutions organisationnelles,
- la connaissance de la discipline : connaissance des programmes et des référentiels, transversalités, adaptation à la finalité de la formation,
- la capacité à intégrer dans sa pratique pédagogique le travail en équipe et l'utilisation des supports numériques.

Un échange avec le jury vise enfin, durant 10 minutes au maximum, à apprécier la capacité du candidat à expliciter certains éléments figurant dans son dossier de RAEP et à réinvestir son expérience professionnelle dans sa pratique pédagogique.

Ces deux temps d'échange avec le jury sont aussi l'occasion d'évaluer les qualités de communication attendues dans ce type d'épreuve et considérées comme fondamentales pour un enseignant en exercice : structuration, écoute, analyse réflexive, conviction, enthousiasme...

Remarque importante : le jury rappelle aux candidats qu'ils doivent se munir, lors de l'exposé oral, d'un exemplaire non annoté de leur dossier de RAEP.

5. OBSERVATIONS DES MEMBRES DU JURY

Lors de l'exposé présentant l'exploitation pédagogique (40 minutes), le jury a apprécié chez les meilleurs candidats :

- une bonne élocution et fluidité des propos ;
- une présentation de l'exposé structurée permettant de traiter tous les points énoncés dans le sujet dans le temps imparti,
- une bonne connaissance des programmes, référentiels, repères pour la formation (RPF) et dispositifs de certification des niveaux de formation auxquels s'adresse la séance présentée,
- une prise en compte du contexte proposé dans le sujet,
- l'annonce d'un plan détaillé et d'une fiche pédagogique,
- une proposition de supports pédagogiques variés (textes, images, vidéos...) venant illustrer et argumenter le contenu de la séance,
- le soin tout particulier accordé aux documents présentés au jury et leur justification ;
- une présentation de la séance ancrée sur une démarche technologique (ancrage dans le réel) faisant apparaître des phases d'observation, d'analyse ou de conceptualisation, sous-tendue par une problématisation,
- une justification précise des choix pédagogiques et une présentation claire du dispositif,
- le soin et la rigueur apportés à la mesure de l'atteinte des objectifs pédagogiques et la construction par les élèves d'une réponse à la question de gestion proposée dans le programme,
- une bonne connaissance de l'environnement professionnel mise au service de l'enseignement par une contextualisation adaptée.

Lors de l'échange avec la commission d'interrogation (30 minutes), le jury a apprécié :

- l'explicitation et la justification des choix didactiques et pédagogiques proposés tant dans l'exploitation pédagogique que dans le dossier de RAEP,
- la précision des réponses aux questions posées et la mobilisation des acquis des parcours professionnels,
- les capacités d'écoute, de réactivité et de prise de recul du candidat sur ses propositions et ses pratiques pédagogiques (capacité d'analyse réflexive du candidat),
- la mobilisation des acquis du parcours professionnel pour répondre aux questions posées,
- la capacité du candidat à faire évoluer ses pratiques pédagogiques.

En revanche, le jury a regretté, pour certains candidats, lors des 40 minutes d'exploitation pédagogique :

- une mauvaise gestion du temps, avec notamment un temps trop long consacré à la présentation personnelle du candidat,
- une mauvaise compréhension du sujet par les candidats qui, dès lors, ne présentent pas une séance pédagogique ou se cantonnent à une séquence type, hors sol, ne tenant pas compte du contexte énoncé,

- une mauvaise maîtrise des notions et concepts liés à la spécialité mercatique :
 - ✓ dans le sujet 1, les candidats ont souvent confondu approche et démarche mercatiques, ou négligé la notion de marchéage
 - ✓ dans le sujet 2, l'intérêt mercatique d'intégrer l'éthique dans la démarche de l'entreprise a souvent pris le pas sur l'explication de l'éthique elle-même, ou la connaissance de ce que sont les chartes éthiques
 - ✓ dans le sujet 3, la mercatique durable ou la notion d'éco-consommateur a semblé abstrait chez plusieurs candidats,
- des objectifs incertains et/ou inadaptés aux notions à construire,
- des propos trop souvent déclaratifs sans présentation des supports élèves (absence de présentation du dossier élève) ou accompagnés de supports mal choisis, un manque de clarté, une confusion entre séquence et séance, une évocation très évasive de la phase de didactisation,
- l'absence de démarche technologique et une approche qui insiste davantage sur l'acquisition des notions au détriment du développement des capacités,
- une présentation de documents qui ne font pas l'objet d'un questionnement,
- un manque de mise en valeur de la question de gestion et une méconnaissance du dispositif de certification (écrit, projet),
- un manque d'analyse réflexive,
- une connaissance trop superficielle du rôle de l'accompagnement personnalisé,
- une mise en œuvre insuffisante des conditions contribuant au développement de l'esprit critique chez les élèves.

Lors de l'entretien et l'échange avec la commission d'interrogation (30 minutes), le jury a parfois constaté :

- le manque de pertinence dans les réponses aux questions posées, leur mauvaise interprétation et la tendance aux digressions ;
- un corpus disciplinaire insuffisamment maîtrisé ;
- le décalage entre le contenu du dossier RAEP et la capacité du candidat à répondre aux questions.

6. CONSEILS AUX CANDIDATS

Du dossier RAEP à l'oral d'admission

Un décalage est parfois constaté entre la qualité du dossier RAEP et la prestation du candidat. Le même soin est donc à apporter dans la préparation des deux épreuves. Lors de l'oral, le jury revient par ailleurs sur certains points du dossier RAEP. Ce dernier est donc à maîtriser : une relecture préalable afin de s'en réappropriier le contenu est indispensable.

L'importance du vécu professionnel et de la maîtrise de la série

Le marketing étant la spécialité de concours choisie par le candidat, une expérience d'enseignement en terminale STMG spécialité mercatique semble toute indiquée. À défaut, assister au cours de collègues qui interviennent dans cette classe est fortement conseillé. De même, l'appropriation des programmes de la série STMG est une condition nécessaire pour construire une séquence/séance adaptée et pertinente.

Le soin apporté à la séance proposée

Chaque sujet propose un contexte original. Il convient de le considérer explicitement dans l'élaboration de la séquence/séance.

La présentation de la séance ne doit pas par la suite se résumer à l'énoncé d'un enchaînement d'activités élèves avec des supports peu ou mal didactisés, sans réels objectifs pédagogiques. L'attention portée à la qualité des supports (présenter le support et le questionnement finalisé), leur cohérence par rapport aux objectifs visés et au sens donné aux élèves est essentielle. Le candidat doit rechercher au maximum des supports personnels liés au contexte local des élèves. L'usage des manuels scolaires doit se faire de manière raisonnée et en veillant à ce que leur utilisation s'inscrive dans une démarche pédagogique. Le candidat doit veiller à proposer des activités cohérentes et variées pour maintenir l'attention des élèves. Les choix opérés doivent être argumentés, les objectifs clairement énoncés et en lien avec la question de gestion traitée.

Les différentes phases d'évaluation (diagnostique, formative, sommative) ne doivent pas être négligées. Le principe et le contenu de l'évaluation certificative doivent rigoureusement être maîtrisés.

Lorsque le sujet présente un contexte spécifique (hétérogénéité, décrochage, dyslexie...) celui-ci est très peu traité ou de manière incorrecte. Le candidat doit proposer un dispositif et une stratégie pédagogique (et donc de réelles solutions) adaptés à cette spécificité de plus en plus présente.

Usages numériques

Le jury attend des candidats une bonne connaissance/maîtrise des outils numériques et de leur intégration dans les dispositifs pédagogiques. Citer des outils numériques sans réellement en connaître les apports en termes d'usage et les intérêts pédagogiques ne peut suffire.

La gestion de l'épreuve

Un respect précis des 40 minutes d'exposé est apprécié. De nombreux candidats n'utilisent pas ce temps disponible ou le « comblent » par une présentation personnelle trop longue ou des généralités sur la didactique et la pédagogie au détriment d'un contenu en lien avec la séance à présenter.

Une écoute active de la commission favorise une relation d'échanges constructive et permet d'apporter des réponses précises, concises et argumentées.

Enfin, le candidat doit véhiculer tout au long de l'oral les valeurs de la République que tout fonctionnaire d'État doit incarner et montrer également en quoi la discipline économie et gestion contribue particulièrement à la transmission de ces valeurs auprès des élèves.

La posture de l'enseignant

Une posture professionnelle est attendue. Elle se traduit par une maîtrise du langage, du comportement verbal, non verbal et de la tenue vestimentaire.

Il est essentiel pour le candidat de montrer au jury sa capacité à développer une analyse réflexive sur ses pratiques (vérification de l'atteinte des objectifs, repérage des difficultés et moments forts de la séance, guidance pédagogique) et proposer des axes de remédiation.

7. CONCLUSION

Le jury rappelle au candidat qu'il ne peut y avoir de proposition pédagogique pertinente sans une maîtrise démontrée des savoirs scientifiques requis. La réforme de la série STMG, dont le contenu sera en application à la rentrée 2019, le rappelle sans ambiguïté.

Le jury attire l'attention du candidat sur la nécessité de préparer rigoureusement l'épreuve orale du concours en ayant une bonne connaissance des programmes et des conditions de certification des classes de première et terminale technologiques.

Le candidat doit également s'imprégner des référentiels des sections de techniciens supérieurs de la filière commerciale (BTS Management Commercial Opérationnel pour la session à venir, Négociation et digitalisation de la relation client, Commerce international, éventuellement Communication ou Technico-commercial) afin d'envisager les prolongements possibles de la proposition pédagogique dans ces formations.

Il est intéressant également que le candidat ait une vision des métiers et postes auxquels préparent les formations dans lesquelles il sera amené à enseigner notamment pour les STS concernés par le concours. Et l'irruption du numérique et de la digitalisation est un facteur auquel les candidats doivent être sensibilisés sur ces questions.

La réussite au concours interne économie et gestion option marketing destine les lauréats à enseigner principalement en série technologique STMG. S'il n'est pas nécessaire pour réussir le concours d'y avoir déjà enseigné, il est en revanche indispensable de s'informer et de se familiariser avec les spécificités de la voie technologique, tant en termes de publics que de contenus et de démarches pédagogiques à mettre en œuvre. Ce travail conditionne la capacité du candidat à mettre en perspective ses compétences professionnelles acquises, quels qu'en soient les contextes, avec son futur univers professionnel. Il permet également au candidat de prendre le recul nécessaire à la mise en œuvre d'une démarche pédagogique pertinente.

La préparation au concours implique également la lecture d'ouvrages scientifiques, de revues spécialisées dans les domaines de la mercatique, la didactique et la pédagogie. Les candidats doivent, en effet, faire preuve d'une réelle maîtrise scientifique et technique des contenus à enseigner : les approximations et les méconnaissances ne sont pas acceptables. De plus, une bonne culture en management, droit et économie est aussi nécessaire.

Par ailleurs, un échange de dix minutes avec le jury porte sur le dossier de RAEP, support à l'épreuve d'admissibilité. Les candidats doivent donc le relire avec soin afin de se réappropriier son contenu et être en capacité de répondre aux questions posées par le jury.

Enfin, la capacité à communiquer est pour un enseignant une qualité indispensable à laquelle le jury est très sensible. Elle passe par une expression orale soignée, un vocabulaire précis, une élocution claire et convaincante, une capacité à se détacher de ses notes, une posture adaptée à une situation d'enseignement, tant au niveau du comportement que de la tenue vestimentaire.

*« Toute leçon est une réponse à une question »
John Dewey*

ANNEXES DU RAPPORT DU JURY

ANNEXE 1 : Note à l'attention des candidats admissibles aux concours internes des CAPET et CAER section Économie et gestion, toutes options.

Cette note a pour objet de préciser les conditions de déroulement de l'épreuve d'admission pour la session 2019.

Rappel : les épreuves des concours internes sont définies dans l'arrêté du 19 avril 2013, publié au JORF n°0099 du 27 avril 2013 annexe II).

Déroulement de l'épreuve

Au cours des trois heures de préparation, le candidat peut consulter tous les documents dont il s'est muni dans la perspective de l'épreuve (y compris des ouvrages de référence et des manuels scolaires). Il peut aussi utiliser son propre équipement numérique à l'exclusion de toute fonction de communication, dès lors que celui-ci dispose d'une alimentation électrique autonome.

La connexion au réseau Internet ou à tout autre réseau étendu (WAN) ou local (LAN), par tout procédé, est strictement interdite et sera considérée comme une tentative de fraude. Enfin aucune impression ne pourra être réalisée.

Lors de la présentation et de l'entretien avec le jury, la disponibilité d'un matériel de vidéo-projection n'est pas assurée, de même que sa compatibilité avec l'équipement personnel du candidat.

Lors de la présentation et de l'entretien avec le jury, le candidat ne dispose d'aucun matériel de présentation (vidéo-projection, tableaux...).

ANNEXE 2 : Le programme du CAPET interne et du CAER économie et gestion pour la session 2019

Options :

- Communication, organisation et gestion des ressources humaines
- Comptabilité et finance
- Marketing
- Informatique et systèmes d'information
- Gestion des activités touristiques

Le programme du concours interne (éléments communs à toutes les options et éléments spécifiques à chacune d'entre elles) est celui du concours externe correspondant :

Programme commun à toutes les options

1. Droit

A - Thèmes des programmes de droit des classes de première et terminale « sciences et technologies du management de la gestion », traités au niveau M1

B - Thématiques complémentaires traitées au niveau M1 :

- Les régimes juridiques de l'activité professionnelle
- L'adaptation de la relation de travail par la négociation
- Les relations contractuelles avec la personne publique
- Le droit de l'immatériel
- La gestion du risque par le droit

2. Économie générale

A - Thèmes des programmes d'économie des classes de première et terminale « sciences et technologies du management de la gestion », traités au niveau M1.

B - Thématiques complémentaires traitées au niveau M1 :

- La dynamique de la croissance économique et le développement
- La politique économique dans un cadre européen
- La globalisation financière
- La régulation de l'économie mondiale

3. Management des organisations

A - Thèmes des programmes de management des organisations des classes de première et terminale « sciences et technologies du management de la gestion », traités au niveau M1.

B - Thématiques complémentaires traitées au niveau M1 :

- L'entrepreneuriat et le management
- Le développement stratégique
- La gestion des ressources humaines
- La gestion des ressources technologiques et des connaissances

4. Sciences de gestion

A - Programme commun à toutes les options

Les thèmes du programme de Sciences de gestion en classe de première « sciences et technologies du management et de la gestion » traités au niveau M1.

Programmes spécifiques à chacune des options

1. Option communication, organisation et gestion des ressources humaines

A- Les thèmes du programme de spécialité du cycle terminal de la série « sciences et technologies du management de la gestion » dans la spécialité « ressources humaines et communication », traités au niveau M1.

B - Les compétences et savoirs associés du domaine professionnel présentés dans le référentiel du BTS « assistant de manager », traités au niveau M1.

2. Option comptabilité et finance

A- Les thèmes du programme de spécialité du cycle terminal de la série « sciences et technologies du management de la gestion » dans la spécialité « gestion et finance », traités au niveau M1.

B - Les compétences et savoirs associés du domaine professionnel présentés dans le référentiel du BTS « comptabilité et gestion », traités au niveau M1.

3. Option marketing

A- Les programmes de spécialité du cycle terminal de la série « sciences et technologies du management de la gestion » dans la spécialité « mercatique », traités au niveau M1.

B- Les compétences et savoirs associés du domaine professionnel présentés dans les référentiels des BTS « management des unités commerciales», « négociation et relation client », « commerce international » traités au niveau M1.

4. Option informatique et systèmes d'information

A- Les programmes de spécialité du cycle terminal de la série « sciences et technologies du management de la gestion » dans la spécialité « systèmes d'information de gestion », traités au niveau M1.

B - Les compétences et savoirs associés du domaine professionnel décrits dans le référentiel du BTS « services informatiques aux organisations » traités au niveau M1.

C - Les thématiques suivantes traitées au niveau M1 :

- Principes, démarches et outils de modélisation des processus
- Architectures réseaux, conception, évolution, administration
- Bases de données, méthodes et outils de développement d'applications
- Management de projets de système d'information.

5 Option gestion des activités touristiques

Les compétences et savoirs associés du domaine professionnel présentés dans le référentiel du BTS « tourisme », traités au niveau M1.

CAPET INTERNE ÉCONOMIE ET GESTION

Option Marketing

Session 2019

ÉPREUVE ORALE D'ADMISSION

Préparation : 3 heures

(Exposé : 40 minutes - Entretien : 30 minutes maximum)

En prenant appui sur vos connaissances, votre expérience et les éléments du contexte d'enseignement fournis, vous proposerez, à l'aide des documents de votre choix, une exploitation pédagogique de la question de gestion suivante, en classe de terminale de la série Sciences et Technologies du Management et de la Gestion, spécialité Mercatique :

La mercatique cherche-t-elle à répondre aux besoins des consommateurs ou à les influencer ?

Vous vous situez dans le contexte d'enseignement proposé en annexe 1.

Vous préparez votre séance du jeudi de 14 heures à 16 heures, en articulant ces deux heures au reste de la séquence.

Vous serez attentif à l'acquisition par les élèves des capacités suivantes :

- **Analyser le marchéage d'un bien ou d'un service dans ses différentes dimensions**
- **Identifier le (ou les) type(s) d'approche suivie par une entreprise pour proposer un produit ou une gamme**

Ces capacités sont associées aux notions :

- **Approches mercatiques**
- **Marchéage**

Vous exposerez notamment :

- les objectifs pédagogiques que vous vous assignez,
- la place de votre proposition dans votre progression pédagogique,
- les liens avec les notions et concepts étudiés en Sciences de gestion en classe de première STMG,
- les transversalités avec les autres enseignements
- le déroulement proposé,
- les documents sélectionnés et leurs modalités d'exploitation avec le groupe classe,
- les supports et les outils utilisés, notamment les outils numériques, pour construire les notions associées à la question de gestion,
- l'accompagnement des élèves envisagé pour la construction d'une réponse à la question de gestion posée,
- le ou les dispositif(s) d'évaluation prévu(s),
- les approches et les apports complémentaires nécessaires pour aborder cette question de gestion dans une section de technicien supérieur de votre choix (MUC, NDRC ou CI),
- les autres aspects que vous jugerez utiles de présenter.

Annexe 1 : Le contexte d'enseignement

Vous enseignez dans un établissement de 1000 élèves situé dans une ville de 80 000 habitants. Début septembre, la classe de Terminale STMG mercatique est composée de 20 élèves. Compte tenu de cet effectif, aucune heure à effectif réduit n'est prévue.

La classe est d'un bon niveau, mais les écarts sont importants entre d'une part, une tête de classe composée de cinq élèves se destinant pour deux d'entre eux à une poursuite d'étude en CPGE et, d'autre part, trois élèves en difficulté en raison d'un travail personnel insuffisant. L'ambiance de classe est sereine. Les travaux donnés en cours sont réalisés avec sérieux. Même si les élèves montrent un intérêt pour la matière, ils ne travaillent pas suffisamment en dehors du temps de classe et, souvent, ne rendent pas les travaux à faire à la maison.

Au 30 septembre de cette année, trois élèves ayant initialement choisi la spécialité Ressources Humaines et Communication ont souhaité changer de spécialité. Après une demi-journée d'immersion en classe de Terminale Mercatique pour conforter leur choix, ils ont intégré de manière définitive cette classe, portant ainsi l'effectif à 23 élèves.

Vous êtes professeur principal, en charge de l'enseignement de la spécialité, mais également de l'accompagnement personnalisé (deux heures le vendredi).

Vous dispensez votre enseignement dans une salle spécialisée disposant d'un poste professeur connecté à Internet et d'un vidéoprojecteur durant six heures : deux heures le lundi de 15 h à 17 h, deux heures le mardi de 8 h à 10 h et deux heures le jeudi de 14 h à 16 h. Cette salle dispose de 24 places, implantées en rangées de 3. Elle est équipée de 24 postes informatiques placés devant les élèves sur des tables rendant les écrans escamotables.

La salle est reliée au réseau pédagogique de l'établissement. La connexion bien que peu rapide permet de recourir aisément et de manière simultanée sur tous les postes à des ressources numériques. Par ailleurs, l'établissement dispose d'un espace numérique de travail.

Annexe 2 : Extrait du programme

Question de gestion	Notions	Contexte et finalités
<p style="text-align: center;">LA MERCATIQUE CHERCHE-T-ELLE A REPENDRE AUX BESOINS DES CONSOMMATEURS OU A LES INFLUENCER ?</p>	<p>La mercatique vise la conquête pérenne d'un ou de plusieurs marchés rentables. Pour cela, elle est censée positionner le client au cœur de son action. Cependant, l'apparition de nouveaux produits et de nouveaux marchés, ainsi que l'abondance de l'offre remettent en question la place du consommateur et de ses besoins dans la démarche mercatique.</p>	
	<p>Veille mercatique et commerciale, étude documentaire, qualitative et quantitative, système d'information mercatique</p>	<p>Pour connaître le consommateur, comprendre et prévoir son comportement, la mercatique a recours à différents outils de recueil et de traitement de l'information.</p> <p>L'élève doit être capable :</p> <ul style="list-style-type: none"> D'identifier et de différencier les types d'études mises en œuvre De porter un regard critique sur la méthodologie d'une étude et d'en analyser les résultats D'analyser la demande De mettre en œuvre une méthode de prévision et en relativiser le résultat De repérer la contribution du SIM à la connaissance du consommateur
	<p>Composantes du marché, parts de marché, segmentation, ciblage, positionnement, couple produit/marché</p>	<p>Si le marché est pour partie une réalité, c'est aussi pour une large part une représentation que s'en fait l'entreprise. Concevoir le couple produit/marché peut la conduire à des ciblages très fins, voire à la personnalisation des offres, et nécessite le choix d'un positionnement.</p> <p>Pour une situation donnée, l'élève doit être capable :</p> <ul style="list-style-type: none"> De caractériser le marché D'analyser la concurrence De caractériser des segments de clientèle ou de produits et d'évaluer leur pertinence D'analyser un (des) couple(s) produit/marché De caractériser le positionnement d'un produit
	<p>Approches mercatiques, démarche mercatique, marchéage</p>	<p>Présentée comme réactive, proactive, anticipatrice ou médiatrice, la mercatique fait l'objet de conceptions et de définitions différentes qui posent les questions de son objectif et de son rôle dans la création des besoins. L'approche retenue par l'entreprise accorde une place plus ou moins grande à chaque étape de la démarche mercatique : connaître et comprendre le marché, conceptualiser le couple produit/marché, créer l'offre, contrôler l'action et les résultats.</p> <p>À partir notamment de l'étude de démarches mercatiques variées, l'élève doit être capable :</p> <ul style="list-style-type: none"> De caractériser une démarche mercatique D'analyser le marchéage d'un bien ou d'un service dans ses différentes dimensions D'évaluer des actions mercatiques à partir d'indicateurs pertinents D'identifier le (ou les) type(s) d'approche suivie par une entreprise pour proposer un produit ou une gamme

Sujet 2

CAPET INTERNE ÉCONOMIE ET GESTION Option Marketing

Session 2019

ÉPREUVE ORALE D'ADMISSION

Préparation : 3 heures

(Exposé : 40 minutes - Entretien : 30 minutes maximum)

En prenant appui sur vos connaissances, votre expérience et les documents de votre choix, vous proposerez une exploitation pédagogique de la question suivante, en classe de terminale de la série Sciences et Technologies du Management et de la Gestion, spécialité Mercatique :

La mercatique peut-elle être éthique ?

Vous vous situez dans le contexte d'enseignement proposé en annexe 1.

Plusieurs séances se sont déroulées sur cette question. Vous préparez votre avant-dernière séance de 2 heures, classe entière, du lundi de 10 à 12 heures.

Vous prenez soin de l'articuler au reste de la séquence d'autant que le vendredi de la semaine précédente, 5 élèves étaient absents.

Vous serez attentifs à l'acquisition par les élèves des capacités suivantes :

- **Identifier, dans des chartes éthiques, les limites que se fixent les entreprises,**
- **Montrer l'intérêt mercatique d'intégrer la dimension éthique dans les pratiques d'une entreprise.**

Ces capacités sont associées aux notions suivantes :

- **charte éthique,**
- **charte client (contrat de confiance),**
- **commerce équitable.**

Vous exposerez notamment :

- les objectifs pédagogiques que vous vous assignez,
- la place de votre proposition dans votre progression pédagogique,
- le déroulement envisagé pour la séquence proposée,
- les liens avec les notions et concepts étudiés en Sciences de gestion en classe de première STMG,
- les transversalités avec les autres disciplines,
- les documents sélectionnés et leurs modalités d'exploitation avec le groupe classe,
- les supports et les outils utilisés, notamment les outils numériques, pour construire les notions associées à la question de gestion,
- la construction d'une réponse à la question de gestion posée,
- l'accompagnement envisagé des élèves pour la construction d'une réponse à la question de gestion posée,
- le ou les dispositif(s) d'évaluation prévu(s),
- les approches et les apports complémentaires nécessaires pour aborder cette question de gestion dans une section de technicien supérieur de votre choix (MUC, NDRC ou CI),
- les autres aspects que vous jugerez utiles de présenter.

Annexe 1 : Le contexte d'enseignement

Vous enseignez dans un établissement situé en zone urbaine, dans une ville de 27 000 habitants marquée par la crise économique et une baisse de population de 6 000 habitants en vingt ans. Les élèves du lycée, issus de PCS défavorisées, approchent les 50 %.

La classe de Terminale STMG mercatique est composée de 23 élèves. Le niveau de la classe est hétérogène mais relativement faible (8,9 de moyenne générale au dernier conseil de classe).

Seuls cinq élèves, dont un redoublant, sont en réussite et constituent la tête de classe et ce, grâce à un travail personnel soutenu et régulier. De plus, leur intérêt pour la discipline se traduit par une participation orale active et pertinente.

Un tiers des autres élèves, dont le second redoublant de la classe, obtient des résultats faibles en raison d'un travail personnel peu soutenu, malgré une participation orale en classe qui peut être intéressante mais très aléatoire.

Un autre tiers présente des difficultés sur les apprentissages (difficultés cognitives et d'appropriation des capacités) mais ces apprenants sont très volontaires.

Le reste de la classe semble peu motivé par la discipline et n'envisage pas forcément une poursuite d'études dans la voie tertiaire.

Vous êtes professeur principal dans cette classe, en charge de l'enseignement de la spécialité, mais également de l'accompagnement personnalisé.

Vous dispensez votre enseignement dans un ensemble de deux salles communicantes, dont l'une, banalisée, dispose de 36 places assises, et l'autre, spécialisée, de 24 postes informatiques.

Par ailleurs, vous disposez dans chaque salle d'un poste professeur connecté à Internet et d'un vidéoprojecteur.

Les élèves bénéficient de :

- deux heures en classe entière le lundi de 10 h à 12 h ;
- deux heures en classe entière le mardi de 8 h à 10 h ;
- deux heures le vendredi matin :
 - de 8 h à 9 h puis de 9 h à 10 h : heure à effectif réduit, négociée en conseil d'enseignement l'année précédente auprès du chef d'établissement du fait du faible niveau des élèves de 1^{ère} STMG et validée en Conseil d'Administration
 - de 10 h à 11 h en classe entière ;
- deux heures d'accompagnement personnalisé le mardi de 10 h à 12 h.

Enfin, l'établissement dispose d'un espace numérique de travail que vous utilisez régulièrement pour communiquer collectivement ou individuellement avec tous vos élèves surtout ceux qui, en cette fin d'année, ne sont pas des plus assidus.

Annexe 2 : Extrait du programme

THEME 3 : MERCATIQUE ET SOCIETE		
<p>Entreprises comme consommateurs sont en prise avec les évolutions de la société. La sensibilité accrue aux problématiques du développement durable et la montée des contre-pouvoirs en sont deux représentations prégnantes que la mercatique ne peut ignorer. L'émergence du concept de la mercatique durable et l'intégration d'une dimension éthique dans la mercatique constituent des réponses apportées par les entreprises dont il convient d'apprécier la réalité et les conséquences possibles.</p>		
Question de gestion	Notions	Contexte et finalités
LA MERCATIQUE PEUT-ELLE ETRE ETHIQUE ?	<p>Le consommateur est aujourd'hui plus expérimenté et plus professionnel dans son comportement d'achat. Dans le cadre de ses relations de consommation avec les entreprises, il veut être entendu et considéré mais il souhaite également de plus en plus être préservé des excès de certaines pratiques mercatiques proches de la manipulation. Ces dernières ont suscité des actions à l'initiative des consommateurs, des pouvoirs publics mais aussi des entreprises elles-mêmes.</p>	
	<p>Publicité mensongère, vente agressive (hard selling)</p>	<p>L'intensification de la concurrence, l'ouverture de nouveaux espaces de communication et de vente, ont amené l'entreprise à multiplier des actions considérées comme intrusives, agressives ou abusives par le consommateur.</p> <p>À partir de situations concrètes et variées, l'élève doit être capable :</p> <ul style="list-style-type: none"> • De montrer en quoi certaines techniques mercatiques utilisées sont critiquables
	<p>Protection du consommateur, code de déontologie, consumérisme, réactance psychologique</p>	<p>De nombreuses pratiques sont encadrées par la loi, la profession, ou bien peuvent faire l'objet d'actions individuelles ou concertées de la part des consommateurs.</p> <p>En étudiant des pratiques mercatiques et/ou des documents juridiques, l'élève doit être capable :</p> <ul style="list-style-type: none"> • D'identifier le cadre juridique • De caractériser les différents modes d'action collective ou individuelle et d'identifier le rôle des nouveaux médias de communication dans ce contre-pouvoir • D'identifier les conséquences pour l'entreprise des actions menées par les consommateurs et les actions correctrices pouvant être mises en œuvre
	<p>Charte éthique, charte client (contrat de confiance), commerce équitable</p>	<p>Indépendamment du cadre juridique et/ou déontologique qui s'impose à elle, l'entreprise est souvent conduite à intégrer une dimension éthique dans ses pratiques. Elle vise ainsi à tenir compte, voire à anticiper, l'évolution des valeurs et des comportements des consommateurs.</p> <p>L'élève doit être capable :</p> <ul style="list-style-type: none"> • D'identifier, dans des chartes éthiques, les limites que se fixent les entreprises • De montrer l'intérêt mercatique d'intégrer la dimension éthique dans les pratiques d'une entreprise

Sujet 3

CAPET INTERNE ÉCONOMIE ET GESTION

Option Marketing

Session 2019

ÉPREUVE ORALE D'ADMISSION

Préparation : 3 heures

(Exposé : 40 minutes - Entretien : 30 minutes maximum)

En prenant appui sur vos connaissances, votre expérience et les documents de votre choix, vous proposerez une exploitation pédagogique de la question de gestion suivante, en classe de terminale de la série Sciences et Technologies du Management et de la Gestion, spécialité Mercatique :

La mercatique durable est-elle un mythe ou une réalité ?

Vous vous situez dans le contexte d'enseignement proposé en annexe 1.

Vous préparez votre séance de 2 heures de classe entière du jeudi matin de 10h à 12h en l'articulant au reste de la séquence.

Pour votre séquence, vous serez attentif à l'acquisition par les élèves des capacités suivantes :

- **Recenser les raisons qui fondent la décision de l'entreprise à s'engager dans une stratégie mercatique durable**
- **Repérer le positionnement qu'elle a finalement retenu en matière de développement durable**

Ces capacités sont associées aux notions :

- **Éco-consommateur**
- **Mercatique durable**

Vous exposerez notamment :

- les objectifs pédagogiques que vous vous assignez ;
- la place de votre proposition dans votre progression pédagogique ;
- les liens avec les notions et concepts étudiés en Sciences de gestion en classe de première STMG ;
- les transversalités avec les autres enseignements ;
- le déroulement proposé ;
- les documents sélectionnés et leurs modalités d'exploitation avec le groupe classe ;
- les supports et les outils utilisés, notamment les outils numériques, pour construire les notions associées à la question de gestion ;
- l'accompagnement des élèves envisagé pour la construction d'une réponse à la question de gestion posée ;
- le ou les dispositif(s) d'évaluation prévu(s) ;
- les approches et les apports complémentaires nécessaires pour aborder cette question de gestion dans une section de technicien supérieur de votre choix (MUC/MCO, NDRC ou CI) ;
- les autres aspects que vous jugerez utiles de présenter.

Annexe 1 : Le contexte d'enseignement

Votre établissement est un lycée polyvalent situé dans une ville moyenne de province comprenant 1200 élèves. En ce qui concerne la filière STMG, il offre la possibilité de suivre les spécialités Ressources Humaines et Communication et Mercatique. Deux sections de techniciens supérieurs (STS) sont également présentes, à savoir le BTS Négociation et Digitalisation de la Relation Client (NDRC) et le BTS Support à l'action managériale (SAM).

L'Institut universitaire de technologie (IUT), situé dans la même ville, propose diverses formations comme le DUT Gestion des entreprises et des Administrations, le DUT Gestion Administrative et Commerciale des Organisations et le DUT Techniques de Commercialisation.

Des échanges ont lieu régulièrement entre les enseignants de la filière STMG et les enseignants de l'IUT afin de favoriser la poursuite d'études et la réussite des élèves en IUT.

Au sein du lycée, la filière technologique est dynamique. Les 15 enseignants travaillent en étroite collaboration. Tous les professeurs sont impliqués dans l'orientation des élèves et des échanges se font entre les différents niveaux notamment dans le cadre de l'accompagnement personnalisé ou dans le cadre du parcours avenir.

Le management en anglais (DNL) est proposé en première et en terminale STMG et assuré par deux enseignants.

Les professeurs sont à l'initiative de plusieurs projets notamment :

- Participation à la semaine Ecole Entreprise avec l'intervention de chefs d'entreprise

- Visites d'entreprises locales

- Présentation de la filière STMG auprès des élèves de seconde par des élèves de première et terminale

- Rencontre avec des anciens élèves

- Travail sur les parcours

- Immersion à l'IUT, en STS et en CPGE pour les élèves de première et de terminale

L'effectif de votre classe est de 34 élèves dont 2 redoublants. On compte 16 filles et 18 garçons. Le niveau de la classe est très hétérogène, la moyenne de votre dernière évaluation est de 10,2/20.

Quelques élèves ont des difficultés de concentration pendant les cours. Beaucoup d'élèves sont globalement intéressés par la matière mais rencontrent des difficultés de conceptualisation. Dans l'ensemble, ils possèdent des qualités d'expression orale.

Vous êtes professeur principal de cette classe, dans laquelle vous dispensez l'enseignement de la spécialité mercatique (4h00 en classe entière positionnées le lundi et jeudi et 2h00 à effectif réduit le mardi). Vous avez également en charge les 2 heures d'accompagnement personnalisé en demi-groupe.

Vous enseignez dans une grande salle de cours, disposant d'un vidéo projecteur, organisée en deux espaces : des rangées de bureaux pour 34 élèves devant, et 17 postes informatiques disposés en îlots au fond.

Les élèves ont l'habitude de travailler avec des outils de travail collaboratif (Google Drive) lorsqu'ils travaillent en groupe.

Annexe 2 : Extrait du programme

THEME 3 : MERCATIQUE ET SOCIETE		
<p>Entreprises comme consommateurs sont en prise avec les évolutions de la société. La sensibilité accrue aux problématiques du développement durable et la montée des contre-pouvoirs en sont deux représentations prégnantes que la mercatique ne peut ignorer. L'émergence du concept de la mercatique durable et l'intégration d'une dimension éthique dans la mercatique constituent des réponses apportées par les entreprises dont il convient d'apprécier la réalité et les conséquences possibles.</p>		
Question de gestion	Notions	Contexte et finalités
<p>LA MERCATIQUE DURABLE EST-ELLE UN MYTHE OU UNE REALITE ?</p>	<p>Parce que la sensibilité des clients pour les produits durables ou responsables se développe et que la réglementation se fait plus contraignante, la dimension durable devient omniprésente. S'engager sur cette voie impose à l'entreprise de repenser sa stratégie mercatique et de faire évoluer sa culture ainsi que son modèle économique.</p>	
	<p>Éco-consommateur, mercatique durable</p>	<p>Le développement durable, dans ses dimensions écologique, sociale et sociétale, incite à produire et consommer différemment. Prise en compte dans la stratégie mercatique, l'émergence d'un éco-consommateur peut constituer pour les entreprises un levier de croissance.</p> <p>À partir de l'observation de stratégies mercatiques d'une ou plusieurs entreprises, l'élève doit être capable :</p> <ul style="list-style-type: none"> De recenser les raisons qui fondent la décision de l'entreprise à s'engager dans une stratégie mercatique durable De repérer le positionnement qu'elle a finalement retenu en matière de développement durable
	<p>Valeur étendue du produit, éco-conception, économie de la fonctionnalité, labels, éco-blanchiment</p>	<p>L'entreprise, par les composantes durables de son marchéage, cherche à matérialiser ses engagements réels ou supposés pour des consommateurs de plus en plus vigilants. Des marchéages, nombreux et variés, sont susceptibles d'être observés.</p> <p>À partir de l'étude de l'un d'entre eux, l'élève doit être capable :</p> <ul style="list-style-type: none"> De décrire ses composantes durables et d'en justifier la pertinence D'en déduire le degré d'engagement de l'entreprise D'identifier ou d'analyser les limites et les facteurs de succès de la stratégie de mercatique durable