



Concours : CAPET interne

Section : économie et gestion

Option : marketing

Session 2017

Rapport de jury présenté par : Dominique CATOIR

Président du jury

COMPOSITION DU JURY

L'arrêté portant nomination des membres de jury est publié sur le site internet « devenir enseignant » à l'adresse suivante :

<http://www.devenirenseignant.gouv.fr/cid98465/composition-jurys-2017.html>

STATISTIQUES GÉNÉRALES

	2014		2015		2016		2017	
	CAPET	CAER	CAPET	CAER	CAPET	CAER	CAPET	CAER
Inscrits	354	146	326	148	307	140	332	147
Présents	113	66	136	80	133	81	135	97
Admissibles	18	16	24	29	27	36	35	37
Admis	8	7	10	12	12	16	14	16
Postes budgétaires	8	7	10	12	12	16	14	16
Moyenne générale des admis	12,56	15,14	14,9	14,7	13.47	14.69	13,57	14,82

RÉSULTATS DE LA SESSION 2017	CAPET Interne	CAER
Inscrits	332	147
Présents admissibilité	135	97
Admissibles	35	37
Présents admission	33	35
Moyenne obtenue par l'ensemble des candidats au dossier	9.99	10.57
Moyenne obtenue par les seuls candidats admissibles au dossier	14.09	13.92
Moyenne obtenue à l'épreuve d'admission par l'ensemble des candidats admissibles	9.94	11.66
Moyenne obtenue à l'épreuve d'admission par les seuls candidats admis	13.29	14.81
Moyenne obtenue à l'ensemble des épreuves par les seuls candidats admis	13.57	14.82
Barre d'admission	11.33	13.33
Nombre de candidats admis	14	16

PREMIÈRE PARTIE : ÉPREUVE D'ADMISSIBILITÉ

1. STATISTIQUES 2017

Nombre de dossiers corrigés	CAPET Interne statutaire	CAER
232	135	97

	N<5	5>=N<8	8<=N<10	10<=N<12	12<=N<15	N>=15
Nombre de notes	0	56	49	39	64	24
Pourcentages	0%	24%	21%	17%	28%	10%

La moyenne générale des dossiers présentés est de 9,99 pour le CAPET interne et de 10,57 pour le CAER (contre respectivement 10,44 et 10,65 pour la session 2016). On constate donc une légère diminution par rapport à la session 2016. La moyenne des dossiers des candidats admissibles en 2017 est de 14,09 pour les candidats du CAPET interne et de 13,92 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) ou, 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, 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 choisi de présenter.

Annexés à son 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

1

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

téléchargeable à l'issue de l'inscription et également reçue par courriel.

3. REMARQUE PRÉALABLE

Le dossier de RAEP doit permettre au candidat de mettre en valeur son parcours professionnel, 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 publiées au bulletin officiel n° 30 du 25 juillet 2013² :

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 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 implique le respect 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 (voir partie 4 « Commentaires du jury »).

4. REMARQUES GLOBALES SUR LE DOSSIER DE RAEP

4.1. REMARQUES SUR LA PRÉSENTATION DU DOSSIER DE RAEP

Globalement, les membres du jury ont constaté une assez bonne présentation matérielle des dossiers, en relation avec les exigences du concours. Quelques très bons dossiers se détachent de manière évidente.

Les meilleurs dossiers présentent les qualités de forme suivantes :

- une structure très claire et apparente avec des titres porteurs de sens,
- une syntaxe et une orthographe satisfaisantes,
- des règles de ponctuation respectées,
- des précisions sur les sources utilisées dans les supports pédagogiques,
- des choix d'annexes pertinents au regard de la séquence présentée,
- un respect des consignes : nombre de pages (2+6), pagination, respect des interlignes, marges, police (se référer au B.O.),
- un dossier relié (pour en faciliter la manipulation).

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 son activité.

La lecture de cette partie doit permettre de comprendre facilement la cohérence du parcours et des compétences développées au regard des qualités attendues d'un enseignant en économie-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 (matières, classes, spécificités) assurés au moment de la constitution du dossier.

Les expériences en entreprise doivent être analysées quant à leur contenu et aux compétences acquises pouvant être réinvesties dans la pratique d'enseignant. Les expériences de la vie associative participent à la richesse des compétences des candidats et peuvent donc apparaître dans cette partie.

4.3. REMARQUES SUR LA PARTIE 2 DU DOSSIER

Sur le fond

Il s'agit, dans cette seconde partie essentielle 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 attendues pour un futur enseignant d'économie-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 se limitent à un ou deux éléments : si le nombre de pages des annexes n'est pas précisé, il doit être raisonnable pour que le jury puisse en prendre précisément connaissance.

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.

Cette démarche est développée rigoureusement et permet donc 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), voire en section de BTS Management des unités commerciales, Négociation et relation client, Commerce international. Si ce n'est pas le cas du fait de l'expérience professionnelle du candidat, **une transposition 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.

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

Sur la forme

Cette seconde partie nécessite une structuration importante du propos pouvant permettre :

- 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 de qualité.

Par ailleurs, les règles formelles doivent être respectées : elles sont restrictives (2 pages pour la première partie, 6 pages pour la seconde) et doivent inviter 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 proposés par le candidat à plusieurs concours différents, sans le souci d'en adapter le contenu ni la forme. Ces pratiques questionnent quant à la future posture professionnelle de tels candidats.

4.4 CONCLUSIONS

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,
- 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 (exemples : PPCP, AE, ECMS, MOCI etc.),
- un mode descriptif trop souvent utilisé, là où le jury attend de l'analyse,
- des propositions avancées de façon péremptoire sans aucun début de démonstration ni le souci de justification, d'argumentation,
- des dossiers présentant des intentions pédagogiques ou des grands principes liés à la pédagogie et aux apprentissages qui ne se concrétisent pas dans la situation d'apprentissage,
- des dossiers ne présentant aucune structure apparente, ainsi qu'une mise en forme très minimaliste, ne permettant pas de repérer les éléments clés de la présentation,
- des propos trop narratifs de type « j'ai fait, j'ai dit, ils m'ont répondu, etc. », et des déclarations d'intentions sans présentation d'une activité d'enseignement clairement délimitée qui s'appuie sur un véritable scénario pédagogique,
- 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.

En revanche, les meilleurs dossiers s'appuient sur des situations d'enseignement bien travaillées, avec une transposition dans la spécialité « marketing » du concours, accompagnée d'une véritable analyse réflexive, valorisant des transversalités avec les autres enseignements de la classe et intégrant des activités numériques.

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 avec le souci d'adaptation de leur contenu 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 alors une transposition de la situation pédagogique dans les programmes et référentiels STMG ou STS de la spécialité « marketing ».

Le jury conseille, pour certains candidats qui n'interviennent pas en voie technologique, qu'ils testent leur proposition pédagogique auprès d'une classe de 1^{ère} 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 commerciaux.

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, emploi en dehors de l'enseignement secondaire et de l'enseignement Supérieur...) ou sont issus d'autres niveaux d'enseignement que le secondaire (professeurs des écoles par exemple). Il leur appartient donc 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 gestion « marketing ». Ils doivent pour cela proposer une transposition de leur activité en cycle de terminale STMG ou de BTS (par exemple une expérience de professeur des écoles ou d'assistant d'éducation ne suffit pas ; de la même manière une séquence de mathématiques sur le théorème de Thales ou Pythagore n'a pas sa place dans ce concours, car sans aucun lien avec l'économie-gestion).

Le jury tient, à ce propos, 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 précédemment relevés par le jury.

En résumé le jury attend des candidats :

- qu'ils lisent attentivement les programmes et référentiels au cœur de ce concours,
- qu'ils proposent une séquence en STMG et en STS (plutôt qu'en baccalauréat professionnel ou même en collège) et dans la spécialité « marketing » plutôt qu'en management des organisations, droit ou économie, sachant qu'à défaut, la transposition est indispensable,
- qu'ils renseignent la place de la séance dans la progression, les objectifs opérationnels, la période et la durée consacrée, les prérequis, les transversalités,
- qu'ils valorisent la valeur ajoutée des compétences liées à leur expérience en entreprise dans le cadre de la séance présentée,
- qu'ils s'interrogent sur la valeur ajoutée pédagogique de la séance et des outils proposés,
- qu'ils effectuent des choix d'activités en lien avec les programmes actuels,
- qu'ils fassent un effort de rédaction, de structuration et de relecture (orthographe et syntaxe),

- 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 pédagogique,
- qu'ils soient rigoureux dans la formulation des consignes données aux élèves (étudiants) et dans l'utilisation du vocabulaire scientifique,
- qu'ils cherchent à concrétiser la séance en explicitant la démarche mise en place, le déroulement, les enchaînements : le candidat ne doit pas oublier d'être acteur dans la séance, donc expliquer son rôle et ses activités, ainsi que ceux des élèves et des étudiants qui lui sont confiés,
- qu'ils fassent des propositions contextualisées par rapport à la taille de la classe et les moyens disponibles (ce qui renvoie à la pertinence des choix des classes et des moyens),
- qu'ils prennent du recul et qu'ils justifient leur argumentation pédagogique et didactique,
- qu'ils fassent preuve d'une analyse réflexive de leur proposition d'activité et de remédiation,
- 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 les notes de bas de page et les citations des auteurs (qui doivent être en lien avec l'économie-gestion),
- qu'ils se distancient davantage des manuels ou d'autres sources, avec un regard critique et un esprit d'analyse,
- qu'ils intègrent le numérique de manière pertinente dans les activités présentées,
- qu'ils s'appuient sur des pratiques d'évaluation pour mettre en œuvre une médiation et une pédagogie différenciée, les pistes de remédiation devant être approfondies,
- qu'ils fassent un réel effort de transposition de situations empruntées à leur pratique professionnelle vers la voie technologique,
- que les dossiers déjà présentés les années antérieures soient obligatoirement retravaillés et actualisés,
- que les candidats abordent les aspects juridiques liés à l'utilisation des vidéos en ligne le cas échéant (ou des droits d'auteurs),
- qu'ils justifient davantage le choix en termes d'usages numériques, lesquelles doivent être par ailleurs davantage exploitées,
- que le travail en équipe soit davantage mis en avant,
- que la méthode pédagogique propre à l'enseignement technologique tertiaire (Observation, Analyse, Conceptualisation) soit mobilisée et de façon pertinente,
- que les évaluations apparaissent dans le déroulement de la séquence,
- que la syntaxe et l'orthographe, y compris dans les documents remis aux élèves et qui sont joints au dossier, soient soignées,
- qu'un jugement critique sur le déroulement de la séance puisse être formulé, ainsi que les mesures correctrices à mettre en œuvre le cas échéant.

D'autres éléments peuvent venir compléter la réflexion du candidat : conditions du suivi individuel ou personnalisé des élèves, aide au travail personnel, utilisation des technologies de l'information et de la communication 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, remarques, mises en garde formulées 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

1.1. STATISTIQUES

	CAPET	CAER
Candidats admissibles	35	37
Candidats présents	33	35
Candidats admis	14	16
Moyenne à l'épreuve d'admission des candidats non éliminés	9.94	11.66
Moyenne à l'épreuve d'admission des candidats admis	13.29	14.82

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

N<5	5=<N<8	8=<N<10	10=<N<12	12=<N<15	N>15
0	16	16	06	18	12
0	23,5 %	23,5 %	8,8 %	26,5 %	17.6 %

32 candidats ont eu une note inférieure à 10 et 36 une note égale ou supérieure à 10.

Les notes obtenues par l'ensemble des candidats sont comparables à celles de la session 2016 pour le CAER (11,85 en 2016), avec une légère baisse pour le CAPET (10,37 en 2016).

1.2. 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 :

Le thème porte sur l'économie générale et/ou le management et/ou le droit et/ou les sciences de gestion et les techniques correspondant à l'option « marketing » choisie.

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).

1.3. PRÉSENTATION GÉNÉRALE DE L'ÉPREUVE

Les sujets proposés à la session 2017 sont au nombre de trois et portent sur les questions de gestion suivantes (voir annexe du rapport du jury) :

- « Une entreprise doit-elle nécessairement faire de la publicité ? »
- « La grande distribution est-elle incontournable ? »
- « Le consommateur est-il toujours rationnel dans ses choix ? »

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. Les programmes concernés sont les programmes en vigueur au 1^{er} janvier de l'année de la session du concours.

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 2017, 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 des unités commerciales, Négociation et relation client, Commerce

international) ou éventuellement de façon complémentaire les STS Communication ou Technico-commercial.

1.4. 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 (MUC, NRC, 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.

1.5. 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 bonne présentation de l'exposé à la fois clair et bien structuré permettant de traiter tous les points énoncés dans le sujet ;
- une bonne connaissance des attendus de l'épreuve : programme, référentiel, repères pour la formation (RPF) ;
- une bonne préparation des candidats ;
- une bonne prise en compte du contexte d'enseignement et des transversalités ;
- une présentation d'un plan détaillé ;
- une proposition de supports pédagogiques variés (textes, images, vidéos...) ;
- un soin tout particulier accordé aux documents présentés au jury ;
- une présentation de la séance ancrée sur une démarche technologique (méthode inductive) ;
- une présentation de la séance pédagogique en adéquation avec le contexte d'enseignement proposé dans le sujet et avec un recours pertinent aux TICE ;
- une justification précise des choix pédagogiques ;
- une bonne connaissance de l'environnement professionnel mise au service de l'enseignement ;
- une maîtrise des modalités de l'évaluation certificative ;
- une bonne gestion du temps (les 40 minutes ont été utilisées par le candidat) ;
- une bonne capacité à gérer la relation avec le jury (bonne capacité d'écoute et de réactivité de la part des candidats).

Lors de l'entretien et 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 ;
- les capacités d'écoute et de prise de recul du candidat sur ses propositions et ses pratiques pédagogiques (capacité d'analyse réflexive du candidat) ;
- la mise en œuvre de qualités personnelles au service de l'enseignement ;
- la mobilisation des acquis du parcours professionnel pour répondre aux questions posées.

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 appréhension incomplète du contexte qui se traduit par un certain nombre d'éléments qui ne sont pas pris en compte ;

- une mauvaise compréhension du sujet par les candidats qui, dès lors, ne présentent pas une séance pédagogique ;
- la méconnaissance de l'enseignement de la mercatique en terminale STMG :
 - ✓ dans le sujet 1, les candidats n'ont que peu abordé la réponse optimale au client, mais plutôt les notions de canal, distribution directe/indirecte
 - ✓ dans le sujet 3, les candidats confondent les notions : les facteurs explicatifs du comportement d'achat, les motivations, les freins et les besoins
- 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 ;
- une confusion entre séquence et séance ;
- une évocation très évasive de la phase de didactisation ;
- un manque de clarté dans la présentation des interventions de l'enseignant lors du déroulement de la séance ;
- une approche qui insiste davantage sur l'acquisition des notions au détriment du développement des capacités ;
- l'absence de démarche technologique (démarche Observation-Analyse-Conceptualisation insuffisamment mise en évidence) ;
- un décalage entre les intentions d'une démarche OAC et sa mise en œuvre ;
- l'insuffisance de prise de risque quant aux supports proposés lorsque l'utilisation du manuel est trop fréquente ;
- une présentation de documents qui ne font pas l'objet d'un questionnement ;
- un manque de mise en valeur de la question de gestion ;
- l'absence de présentation du rôle d'accompagnement joué par l'enseignant vers la construction d'une réponse à la question de gestion ;
- 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 des réponses aux questions posées ;
- la tendance aux digressions et redondances ;
- le manque d'analyse réflexive ;
- la connaissance insuffisamment approfondie de la mercatique ;
- le questionnement du jury pris par certains candidats comme une critique de leur présentation.

1.6. **CONSEILS AUX CANDIDATS**

- accorder une attention toute particulière à la préparation de l'épreuve orale d'admission qui semble moins bien maîtrisée par les candidats que l'épreuve d'admissibilité (dossier de RAEP) ;
- relire le dossier de RAEP afin de se réappropriier le contenu ;
- adopter une posture professionnelle tant au niveau du comportement que de la tenue vestimentaire ;
- veiller à bien gérer le temps imparti pour l'exposé oral (40 minutes) et ne pas consacrer plus de 5 minutes à la présentation de soi ;

- essayer d'avoir une expérience d'enseignement en terminale STMG mercatique ou, à défaut, d'assister au cours des collègues qui interviennent dans cette classe ;
- s'approprier les programmes et le document « repères pour la formation » de la filière STMG afin de pouvoir fixer des objectifs adaptés aux notions à construire ;
- identifier et tenir compte de tous les éléments du contexte d'enseignement dans le scénario pédagogique proposé sans en faire une relecture détaillée trop chronophage ;
- argumenter les choix pédagogiques opérés ;
- formuler clairement les questions de gestion ainsi que les objectifs poursuivis ;
- expliciter la mise en place de la démarche choisie dans le contexte d'enseignement proposé ;
- traiter uniquement le sujet (la séance proposée) et non la séquence ;
- suggérer la transposition de la séance dans le cadre d'une évaluation certificative ;
- varier les supports afin de susciter l'intérêt des élèves ;
- veiller à montrer clairement le lien existant entre le questionnement choisi et la capacité visée ;
- proposer une pédagogie différenciée si le niveau des élèves est hétérogène ;
- justifier le recours aux outils numériques et démontrer leur pertinence quant à leur utilisation dans le cadre de la séance ;
- améliorer l'explicitation de la pratique professionnelle en insistant sur la mise en action des élèves et les supports qui leur sont proposés afin qu'ils développent des capacités ;
- utiliser de manière raisonnée les manuels scolaires et veiller à ce que leur utilisation s'inscrive dans une démarche pédagogique qui se démarque de la ligne éditoriale ;
- ne pas se limiter à présenter des documents extraits des manuels, mais proposer plutôt des documents réalisés par le candidat lui-même ;
- intégrer davantage la démarche réflexive dans la pratique et l'expliquer à l'oral en proposant, le cas échéant, des propositions de remédiation.

Lors de l'entretien et l'échange avec la commission (30 minutes), le jury formule les conseils suivants :

- écouter avec attention et ouverture le questionnement de la commission afin de fournir des réponses précises, concises et argumentées ;
- faire preuve de recul et d'analyse critique quant à la démarche pédagogique envisagée, l'approche didactique retenue et les supports proposés tant dans l'exploitation pédagogique présentée que dans le dossier RAEP ;
- 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 Economie-Gestion contribue particulièrement à la transmission de ces valeurs auprès des élèves.

1.7. CONCLUSION

Le jury rappelle au candidat qu'il ne peut y avoir de proposition pédagogique pertinente sans une maîtrise démontrée des savoirs scientifiques requis.

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, particulièrement dans la spécialité « mercatique ».

Le candidat doit également s'imprégner des référentiels des sections de techniciens supérieurs de la filière commerciale (BTS Management des unités commerciales, Négociation et 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.

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 économie, droit et management 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.

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 2016.

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.

L'utilisation de l'équipement numérique est autorisée 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.

ANNEXE 2 : Le programme du CAPET interne et du CAER économie et gestion pour la session 2017

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.

ANNEXE 3 : Les sujets d'admission

Sujet 1 : Une entreprise doit-elle nécessairement faire de la publicité ?

CAPET INTERNE ÉCONOME ET GESTION

Option marketing

Session 2017

ÉPREUVE ORALE D'ADMISSION

Préparation : 3 heures

(Exposé : 40 minutes maximum – 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 :

Une entreprise doit-elle nécessairement faire de la publicité ?

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

Vous préparez, à l'intention des élèves de Terminale STMG spécialité Mercatique, la séance du vendredi après-midi.

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

- Identifier l'objet, la cible et les objectifs de l'action de communication ;
- Repérer et caractériser les différents moyens de communication utilisés par l'entreprise.

Ces capacités sont associées aux notions :

- Objectifs et objets de la communication commerciale, publicité, cible, média, support, message, promesse, mercatique directe, promotion des ventes, parrainage, mécénat, événementiel.

Vous exposerez notamment :

- Les objectifs pédagogiques que vous vous assignez ;
- La place de votre proposition dans votre progression pédagogique ;
- Le déroulement proposé ;
- Les liens avec les notions et concepts étudiés en Sciences de gestion en classe de première STMG ;
- Les transversalités avec les autres enseignements ;

- 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 ;
- 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, NRC ou CI) ;
- Les autres aspects que vous jugerez utiles de présenter.

Annexe 1 : LE CONTEXTE D'ENSEIGNEMENT

Vous enseignez dans un lycée polyvalent qui compte environ 950 élèves. Il est situé dans le Val d'Oise dans la région Ile de France. Vous intervenez dans une classe de Terminale STMG dont l'effectif total est de 34 élèves, mais dans laquelle se trouvent 17 élèves qui ont choisi la spécialité Mercatique et 17 autres qui, eux, ont choisi la spécialité Systèmes d'information de gestion (SIG).

La structure de la classe est composée comme suit :

Spécialité Mercatique : 17 élèves (10 filles et 7 garçons) dont 2 redoublants ;
 Spécialité SIG : 17 élèves (5 filles et 12 garçons) dont 1 redoublant.

Les élèves de Mercatique et de SIG sont réunis pour les enseignements obligatoires communs tandis qu'ils sont séparés pour l'enseignement de la spécialité.

Votre intervention dans cette classe a pour but d'assurer :

- Les cours d'économie/droit en classe entière (3 heures pour les 34 élèves réunis) puis en effectif réduit (1 heure pour les élèves de SIG et 1 heure pour les élèves de Mercatique).
- L'enseignement de la Mercatique pour les 17 élèves concernés par cette spécialité (6 heures sans effectif réduit compte tenu du nombre peu élevé d'élèves).

Vous dispensez l'enseignement de la Mercatique aux élèves de Terminale STMG selon l'emploi du temps suivant :

- le mardi de 14 h 00 à 16 h 00 : 2 heures ;
- le mercredi matin de 10 h 00 à 11 h 00 : 1 heure ;
- le vendredi après-midi de 14 h 30 à 17 h 30 : 3 heures.

Professeur.e principal.e de la classe, vous consacrez également deux heures à l'accompagnement personnalisé pour l'ensemble des 34 élèves de cette Terminale STMG.

Le niveau de la classe, les deux spécialités confondues est modeste. Une part non négligeable des élèves, se démotive rapidement ce qui se traduit par des absences, un manque de travail personnel et des bavardages en classe. Vous constatez, chez la plupart d'entre eux, des difficultés qui concernent la compréhension du vocabulaire utilisé, l'expression écrite et orale et la conceptualisation.

Pour susciter et entretenir la motivation, vous avez eu l'idée de faire participer vos élèves, dès la fin du premier trimestre, à des événements proposés dans le cadre du projet d'établissement, comme par exemple :

- Le festival de la diversité culturelle ;
- La semaine de la citoyenneté ;
- Les actions de communication sur la filière STMG auprès des classes de seconde.

Ces expériences, vécues de manière positive par l'ensemble des élèves, ont permis de redynamiser la classe et ainsi, d'envisager la poursuite des cours dans une ambiance beaucoup plus studieuse. Vous avez d'ailleurs constaté un réel changement d'attitude face au travail, notamment au travers de la réalisation du projet, activité de groupe dans laquelle les élèves se sont fortement investis.

Vous bénéficiez des conditions de travail suivantes :

- Une salle de cours banalisée qui dispose d'un vidéo projecteur ;
- Une salle attenante pourvue de 20 micro-ordinateurs reliés en réseau, avec accès à Internet ;
- Un CDI où les élèves peuvent se procurer de nombreux ouvrages de Mercatique ;
- Un réseau informatique dans lequel est intégré l'outil BCDI (Le logiciel BCDI est un système complet pour la gestion, la recherche et la diffusion des documents d'un centre de documentation)

Annexe 2 :

Question de gestion	Notions	Contexte et finalités
UNE ENTREPRISE DOIT-ELLE NECESSAIREMENT FAIRE DE LA PUBLICITE ?	La communication commerciale a pour objectif de créer ou maintenir une relation avec une cible et de l'influencer. Elle recouvre des réalités complexes en termes de publics, de discours et de techniques. La communication s'appréhende de façon globale.	
	Objectifs et objets de la communication commerciale, publicité, cible, média, support, message, promesse, mercatique directe, promotion des ventes, parrainage, mécénat, événementiel	<p>Les objectifs de communication sont au service des objectifs commerciaux. La communication peut porter sur de nombreux objets : l'entreprise, la marque, le produit.</p> <p>De nombreuses situations de communication initiées par l'entreprise sont susceptibles d'être observées. À partir de l'étude de certaines d'entre elles, l'élève doit être capable :</p> <ul style="list-style-type: none"> D'identifier l'objet, la cible et les objectifs de l'action de communication De repérer et caractériser les différents moyens de communication utilisés par l'entreprise D'analyser la pertinence et la complémentarité des moyens utilisés au regard de la cible et des objectifs visés D'analyser le message publicitaire en termes d'argumentation commerciale et de cohérence vis-à-vis de la cible visée

	<p>Bouche à oreille (Buzz), mercatique virale, communication de crise</p>	<p>Aujourd’hui les messages ayant l’entreprise ou la marque pour objet ne sont pas toujours contrôlés par elle.</p> <p>À partir de l’observation d’actions de communication, l’élève doit être capable :</p> <ul style="list-style-type: none"> D’identifier les communications initiées par l’entreprise et celles provenant d’autres acteurs D’évaluer les conséquences des actions de communication subies De déterminer l’intérêt et le risque pour l’entreprise de réagir à ces actions
--	---	---

Sujet 2 : La grande distribution est-elle incontournable ?

CAPET INTERNE ÉCONOMIE ET GESTION

Option Marketing

Session 2017

ÉPREUVE ORALE D'ADMISSION

Préparation : 3 heures

(Exposé : 40 minutes maximum- 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 grande distribution est-elle incontournable ?

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

Vous préparez votre séance de 2 heures en classe entière le mardi matin de 8 heures à 10 heures en l'articulant au reste de la séquence.

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

- caractériser la coopération entre le producteur et le distributeur,
- mettre en évidence les apports de la coopération pour les différentes parties prenantes,
- identifier les sources de conflit entre producteur et distributeur et analyser leurs conséquences effectives ou potentielles.

Ces capacités sont associées aux notions :

- la place du détaillant dans la relation avec l'acheteur final,
- l'évolution des relations producteurs/distributeurs,
- la réponse optimale au client.

Vous exposerez notamment :

- les objectifs pédagogiques que vous vous assignez,
- la place de votre proposition dans votre progression pédagogique,
- le déroulement proposé,
- les liens avec les notions et concepts étudiés en Sciences de gestion en classe de première STMG,
- les transversalités avec les autres enseignements,
- 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 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, NRC ou CI),
- les autres aspects que vous jugerez utiles de présenter.

Annexe 1 : Le contexte d'enseignement

Votre établissement est un lycée général et technologique situé dans une ville moyenne de province de 65 000 habitants comprenant environ 1 000 élèves et 300 étudiants. Il forme au baccalauréat STMG dans trois spécialités (Gestion Finance, Système d'Information et de Gestion et Mercatique) et trois STS (Négociation et Relation Client, Assurance et Services Informatiques aux Organisations).

La filière technologique est particulièrement active au sein de l'établissement. Les enseignants d'économie et gestion sont très impliqués dans l'orientation des élèves dès la classe de seconde. Au niveau de cette classe, les professeurs participent notamment :

- au tournoi de gestion (tournoi dont l'objectif est de mettre en pratique les notions abordées en cours, découvrir et appréhender la réalité socio-économique d'une entreprise) réalisé en enseignement d'exploration, PFEG,
- à l'accompagnement personnalisé où ils mettent en valeur certains métiers par l'intervention de professionnels issus du secteur tertiaire,
- aux rencontres avec les professeurs principaux de 4^{ème} et de 3^{ème} du bassin,
- à l'organisation de mini-stages afin de faire découvrir aux élèves de seconde la série STMG dans ses spécificités pédagogiques.

L'effectif de votre classe est de 35 élèves avec 13 filles et 22 garçons. Il n'y a pas de redoublants. Le niveau de la classe est plutôt élevé, car au dernier devoir que vous avez réalisé, la moyenne de la classe était supérieure à 12.5/20. 6 élèves envisagent une poursuite d'études longues au travers de la classe préparatoire (CPGE-ECT), 18 élèves optent pour une prolongation en IUT, 8 en BTS. Les élèves sont très impliqués en classe et ont du mal parfois à canaliser leur participation souvent trop spontanée. Ils ne s'écoutent pas forcément et le niveau sonore peut rapidement dépasser les limites.

Vous êtes le professeur principal de cette classe où vous dispensez l'enseignement de la spécialité (4h00 en classe entière et 2h00 à effectif réduit). Vous avez en charge aussi l'accompagnement personnalisé durant 2 heures (groupe de 17 élèves maximum à chaque heure). Vous disposez d'une grande salle de cours avec vidéo projecteur pour les séances en classe entière et d'une salle équipée de 24 postes informatiques en réseau pour les enseignements en effectif réduit.

Les élèves de votre classe font partie d'un dispositif expérimental et sont à ce titre tous équipés d'une tablette numérique, mais la connexion WIFI pose parfois quelques soucis. Enfin, l'établissement dispose d'un espace numérique de travail très abouti dont les fonctionnalités principales sont : la messagerie, les blogs, l'espace documentaire, le forum, le wiki.

Annexe 2 : Extrait du programme

Question de gestion	Notions	Contexte et finalités
LA GRANDE DISTRIBUTION EST-ELLE INCONTOURNABLE ?	Pour un producteur, la distribution d'un bien ou d'un service au client, caractérisée par un ensemble d'attributs (proximité physique ou virtuelle, choix, praticité, accueil, savoir-faire...), est partie intégrante de son offre. Les choix de distribution qu'il opère ont une conséquence directe sur la valeur perçue par le client.	

	<p>Canal, distribution directe/indirecte, intensive/sélective/exclusive, distribution multicanale, unités commerciales physiques/virtuelles</p>	<p>La définition d'une stratégie de distribution résulte de choix qui tiennent compte tant des objectifs financiers et commerciaux du producteur que des ressources dont il dispose.</p> <p>À partir de l'observation de choix de distribution opérés par un ou plusieurs producteurs, l'élève doit être capable :</p> <ul style="list-style-type: none"> De qualifier la stratégie de distribution et d'en mesurer les enjeux pour le producteur De justifier le choix au regard des ressources mobilisables et des objectifs De comparer des stratégies de distribution adoptées sur un même marché De caractériser le ou les type(s) d'unité(s) commerciale(s) choisies et d'analyser, le cas échéant, leur complémentarité
	<p>Réponse optimale au client (efficient consumer response)</p>	<p>Le recours à des intermédiaires permet dans certains cas un réel apport de valeur à l'offre initiale du producteur. Cependant, les distributeurs poursuivent leurs propres objectifs et la question du rapport de force entre ces deux acteurs se pose.</p> <p>À partir de la description d'une situation de distribution ayant recours à des intermédiaires, l'élève doit être capable :</p> <ul style="list-style-type: none"> De caractériser la coopération entre le producteur et le distributeur De mettre en évidence les apports de la coopération pour les différentes parties prenantes D'identifier les sources de conflit entre producteur et distributeur et d'analyser leurs conséquences effectives ou potentielles

Sujet 3 : Le consommateur est-il toujours rationnel dans ses choix ?

CAPET INTERNE ÉCONOMIE ET GESTION

Option Marketing

Session 2017

ÉPREUVE ORALE D'ADMISSION

Préparation : 3 heures

(Exposé : 40 minutes maximum - 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 :

LE CONSOMMATEUR EST-IL TOUJOURS RATIONNEL DANS SES CHOIX ?

Vous préparez votre séance introductive de cette question de gestion en l'articulant au reste de la séquence. Le cours se déroule en classe entière, le lundi matin de 9h à 11h. Vous vous situez dans le contexte d'enseignement proposé en annexe 1.

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

- **Identifier la multiplicité des facteurs explicatifs du comportement d'achat**
- **Repérer les composantes d'un processus d'achat**
- **Caractériser une attitude et en apprécier les conséquences possibles sur le comportement**

Ces capacités sont associées aux notions suivantes :

- **Facteurs explicatifs du comportement d'achat**
- **Motivations et freins**
- **Besoins**
- **Processus d'achat**
- **Perception**
- **Attitude**

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, NRC ou CI),
- les autres aspects que vous jugerez utiles de présenter.

Annexe 1 : Le contexte d'enseignement

Vous venez d'être nommé.e dans un lycée général et technologique de la banlieue parisienne qui compte 800 élèves. L'établissement est en éducation prioritaire et souffre d'une mauvaise réputation malgré ses bons résultats scolaires, l'engagement des enseignants et la qualité des équipements. Vos nouveaux collègues enseignants et vie scolaire vous ont fait part des règles instaurées en matière de discipline, savoir-être et assiduité qui ont permis d'obtenir depuis trois ans 100% de réussite et un nombre croissant de mentions au baccalauréat technologique.

Vous êtes le professeur principal de la terminale STMG mercatique qui compte 28 élèves (17 filles et 11 garçons). Vous leur enseignez la spécialité, le management et l'accompagnement personnalisé. Cette mission représente plus de la moitié de votre service et vous impose une grande rigueur dans votre organisation. Votre emploi du temps tient compte de cette particularité en y plaçant les cours en classe entière le matin.

La salle de cours 107 est exclusivement réservée à cette classe et seuls les enseignants se déplacent. Elle est équipée d'un TNI et de 22 postes informatiques tous reliés au réseau du lycée. Une bibliothèque en ligne est à la disposition des élèves (e-abonnements aux magazines LSA, Management, Capital, les échos...).

Cependant, l'intendant vous informe qu'en raison du financement par l'aide sociale, plusieurs élèves ne disposeront du manuel scolaire qu'à partir du 5 octobre.

Annexe 2 : Extrait du programme

THÈME 1 : MERCATIQUE ET CONSOMMATEURS		
<p>Le client est au centre des préoccupations des entreprises dans un contexte concurrentiel. Il importe dès lors d'en comprendre le comportement afin de lui proposer une offre susceptible de le satisfaire durablement. Tel est l'objet de la démarche mercatique.</p> <p>Ce thème conduit à s'interroger sur la capacité de la mercatique à appréhender totalement le comportement des consommateurs et à influencer leurs choix. Il questionne également sur la nature innée ou construite des besoins.</p>		
Question de gestion	Notions	Contexte et finalités
<p>LE CONSOMMATEUR EST-IL TOUJOURS RATIONNEL DANS SES CHOIX ?</p>	<p>Aujourd'hui, dans un environnement instable et caractérisé par l'abondance d'informations, le consommateur apparaît de plus en plus insaisissable et versatile dans ses choix. Alors même que le modèle économique fondé sur la croissance est contesté, la question de l'évolution du comportement de consommation et de sa rationalité peut être posée.</p>	
	<p>Facteurs explicatifs des comportements du consommateur, motivations et freins, besoins, processus d'achat, perception, attitude</p>	<p>Une réponse peut être cherchée dans les facteurs explicatifs du comportement, dans la distinction entre les raisons conscientes et inconscientes qui guident les choix du consommateur.</p> <p>De nombreuses situations concrètes de consommation et/ou d'achat sont susceptibles d'être observées dans l'environnement immédiat de l'élève. Chacune revêt un caractère de singularité. À partir de l'étude de l'une d'entre elles, l'élève doit être capable :</p> <ul style="list-style-type: none"> • D'identifier la multiplicité des facteurs explicatifs du comportement d'un consommateur • De repérer les composantes d'un processus d'achat • De caractériser une attitude et d'en apprécier les conséquences possibles sur le comportement
	<p>Valeur perçue, satisfaction, expérience de consommation</p>	<p>Dans le prolongement de l'étude du processus qui conduit à la transaction, il est important d'analyser la valeur retirée de l'acte de consommation, vécu comme une expérience singulière.</p> <p>L'élève doit être capable :</p> <ul style="list-style-type: none"> • D'identifier les composantes de la valeur perçue • De mettre en relation valeur perçue et coûts engagés pour expliquer la satisfaction