



Concours : CAPET interne-CAER

Section : économie et gestion

Option : marketing

Session 2018

Rapport de jury présenté par : Dominique CATOIR
Inspecteur général de l'Éducation nationale

Président du jury

COMPOSITION DU JURY

Président

M. CATOIR Dominique, Inspecteur général de l'Éducation nationale

Vice-présidents :

Mme BAILLET Agnès, Inspectrice d'académie-inspectrice pédagogique régionale

M. CORNOLTI Christophe, Inspecteur d'académie-inspecteur pédagogique régional

Secrétaire générale :

Mme THOUMIN-BERTHAUD Séverine, Directrice déléguée à la formation professionnelle et technologique

NOM	GRADE	ACADÉMIE
BALLESTER Éric	Professeur agrégé	Académie de BORDEAUX
BARRET Pierre	Professeur certifié	Académie de LIMOGES
BEZOS Frédéric	Professeur certifié	Académie de BORDEAUX
BOUTEZ Marc	Professeur certifié	Académie de LILLE
BOUTILLOT Élisabeth	Professeur certifié	Académie de NICE
CERVEAUX Coralie	Professeur agrégé	Académie d'AIX-MARSEILLE
COIC Bernard	Professeur agrégé	Académie de NANTES
COLOT Anne	Professeur agrégé	Académie Nancy-Metz
DA COSTA PEREIRA Arnaud	Professeur certifié	Académie de CLERMONT-FERRAND
DANELUZZO Nadine	Professeur certifié	Académie de Toulouse
DANIEL Karine	Professeur agrégé	Académie de CAEN
FOLLENFANT Pascal	Professeur certifié	Académie d'ORLEANS-TOURS
GARNIER Laurence	Professeur agrégé	Académie de PARIS
GILI Laurent	Professeur agrégé	Académie de MONTPELLIER
GRAZIANI Michelle	Professeur agrégé	Académie de VERSAILLES
GURTLER Serge	Professeur agrégé	Académie d'AIX-MARSEILLE
JAMBILLOUX Carine	Professeur agrégé	Académie de NICE

JAUNIAU Gilles	Professeur certifié	Académie de BORDEAUX
KERADEC Pascale	Professeur certifié	Académie de ROUEN
LEMAIRE Olivier	Professeur certifié	Académie de RENNES
MALAISE Stéphane	Professeur agrégé	Académie de NANCY-METZ
MARTINIE Alain	Professeur certifié	Académie de LIMOGES
MARTIN SAN JOSE Sylvie	Professeur certifié	Académie de BORDEAUX
MAUREL ARNAL Nathalie	Professeur agrégé	Académie de TOULOUSE
PICART Marie-Anne	Professeur agrégé	Académie de RENNES
VERREY-DANDRELLE Catherine	Professeur certifié	Académie de REIMS
VIDAL Catherine	Professeur agrégé	Académie de TOULOUSE

STATISTIQUES GÉNÉRALES

	2015		2016		2017		2018	
	CAPET	CAER	CAPET	CAER	CAPET	CAER	CAPET	CAER
Inscrits	326	148	307	140	332	147	357	157
Présents	136	80	133	81	135	97	138	95
Admissibles	24	29	27	36	35	37	35	30
Admis	10	12	12	16	14	16	14	12
Postes budgétaires	10	12	12	16	14	16	14	12
Moyenne générale des admis	14,9	14,7	13,47	14,69	13,57	14,82	14,13	14,19

	RÉSULTATS DE LA SESSION 2018	
	CAPET	CAER
Inscrits	357	157
Présents admissibilité	138	95
Admissibles	35	30
Présents admission	30	28
Moyenne obtenue par l'ensemble des candidats au dossier	10,29	10,52
Moyenne obtenue par les seuls candidats admissibles au dossier	14,06	13,57
Moyenne obtenue à l'épreuve d'admission par l'ensemble des candidats admissibles	10,53	10,86
Moyenne obtenue à l'épreuve d'admission par les seuls candidats admis	14,14	14,42
Moyenne obtenue à l'ensemble des épreuves par les seuls candidats admis	14,10	14,19
Barre d'admission	11,67	12,33
Nombre de candidats admis	14	12

PREMIÈRE PARTIE : ÉPREUVE D'ADMISSIBILITÉ

1. STATISTIQUES 2018

Nombre de dossiers corrigés	CAPET Interne statutaire	CAER
233	138	95

	N<5	5>=N<8	8<=N<10	10<=N<12	12<=N<15	N>=15
Nombre de notes	0	35	71	34	77	16
Pourcentages	0 %	15 %	30 %	15 %	33 %	7 %

La moyenne générale des dossiers présentés est de 10,29 pour le CAPET interne et de 10,52 pour le CAER (contre respectivement 9,94 et 11,66 pour la session 2017). La moyenne des dossiers des candidats admissibles en 2018 est de 14,06 pour le CAPET interne, et de 13,57 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 publiées 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,
- des précisions sur les sources utilisées dans les supports pédagogiques,
- des annexes 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 et compétences 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

Il s'agit, dans cette seconde partie, 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 permet 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.

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), voire sur ceux des sections de techniciens supérieurs Management des unités commerciales, Négociation et digitalisation de la relation client (pour la session prochaine), 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, de ses enjeux et de 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.

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 en prenant appui sur des paragraphes aérés, des titres porteurs de sens, une présentation qui attestent 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.

Il faut éviter des dossiers « standardisés » proposés à plusieurs concours, par des candidats qui n'ont pas le souci d'en adapter le contenu, ni la forme. Cette pratique questionne quant à la future posture professionnelle de tels candidats.

4.4 CONCLUSION

Pour l'évaluation du dossier, le jury préconise particulièrement :

- d'apporter des précisions sur le parcours professionnel et/ou personnel,
- de développer la dimension analytique faisant ressortir les choix des candidats (pédagogiques et didactiques notamment), et la justification de ces choix,
- de contextualiser les séances (environnement de travail, contexte de l'enseignement, prérequis, etc.), et d'explicitier l'approche théorique,
- de proposer une mise en œuvre pédagogique concrète personnelle (ne pas se limiter à un extrait de manuel scolaire) et de l'analyser,
- proposer des annexes, des supports pédagogiques pertinents et didactisés qui illustrent le travail réflexif de l'enseignant,
- des descriptions de séquence suffisamment détaillées pour permettre au candidat d'approfondir son analyse de pratique, et au jury d'en apprécier la qualité.

Les meilleurs dossiers s'appuient sur des situations d'enseignement bien travaillées (scénarii pédagogiques), avec une transposition dans la spécialité « marketing » du concours, accompagnées 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 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 Thales 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

1.1. STATISTIQUES

	CAPET	CAER
Candidats admissibles	35	30
Candidats présents	30	28
Candidats admis	14	12
Moyenne à l'épreuve d'admission des candidats non éliminés	10,53	10,86
Moyenne à l'épreuve d'admission des candidats admis	14.14	14.42

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
1	14	9	11	12	11
1.7 %	24,1 %	15,5 %	19 %	20,7 %	19 %

24 candidats ont eu une note inférieure à 10 et 34 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 meilleures pour le CAPET (9,94/20 en 2017), mais en baisse pour le CAER (11,66/20 en 2017).

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 :

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 2018 sont au nombre de trois et portent sur les questions de gestion suivantes (voir annexe du rapport du jury) :

- « Le produit a-t-il un prix ?
- « Le consommateur est-il toujours rationnel dans ses choix ? »
- « Fidéliser ou conquérir : l'entreprise doit-elle choisir ? »

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 2018, 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. La prochaine session ne concernera plus le BTS Négociation et relation client, mais le nouveau BTS Négociation et digitalisation de la relation client.

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 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 (méthode inductive) faisant apparaître les phases d'observation, d'analyse et de conceptualisation,
- 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.

Le jury préconise, lors des 40 minutes d'exploitation pédagogique :

- une bonne gestion du temps avec notamment un temps relativement court sur la présentation personnelle du candidat,
- une prise en compte du contexte et une compréhension du sujet induisant une séance pédagogique qui ne se cantonne pas à une séquence type,
- une maîtrise des notions et concepts liés à la spécialité mercatique :

- ✓ dans le sujet 1, les candidats ont souvent confondu politique de prix différenciés et *yield management*, la gratuité étant le plus souvent ignorée
- ✓ dans le sujet 2, la place accordée à l'expérience de consommation s'est souvent faite au détriment des notions de valeurs perçues et satisfaction
- ✓ dans le sujet 3, la confusion entre attitude et comportement est flagrante,
- des objectifs adaptés aux notions à construire,
- une présentation des supports élèves choisis et claire dans la phase de didactisation,
- une démarche technologique et une approche qui insistent le développement des capacités,
- une présentation de documents faisant d'un questionnaire,
- une mise en valeur du traitement de la question de gestion,
- une connaissance du dispositif de certification (écrit, projet),
- une analyse réflexive,
- une connaissance du rôle de l'accompagnement personnalisé,
- une mise en œuvre 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 :

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

1.6. 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 réapproprier 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 et des « repères pour la formation » 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 questionnaire 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 (cf. repères pour la formation).

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 Economie-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.

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

digitalisation de la relation client pour la session à venir, 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 réapproprier 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 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

<p style="text-align: center;">CAPET INTERNE ÉCONOMIE ET GESTION Option Marketing Session 2018 ÉPREUVE ORALE D'ADMISSION Préparation : 3 heures (Exposé : 40 minutes - Entretien : 30 minutes maximum)</p>
--

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 produit a-t-il un prix ?

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

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

Pour votre séquence vous serez attentifs à l'acquisition par les élèves de la capacité suivante :

- Identifier et caractériser les différentes politiques de prix

Ces capacités sont associées aux notions :

- **Prix différencié**
- **Gestion des capacités (Yield Management)**
- **Gratuité**

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 enseignez dans un lycée général, technologique et professionnel en zone rurale dans une ville de 8000 habitants. Cet établissement compte 700 élèves.

La classe de terminale STMG de l'établissement se compose de 28 élèves. Deux spécialités sont proposées : Gestion et Finance ou Mercatique.

Vous enseignez la mercatique à 16 élèves de cette terminale. Vous intervenez également auprès de l'ensemble de la classe en management des organisations et en accompagnement personnalisé (AP). Vous assurez une mission de professeur principal pour cette classe.

Vos 6 heures de cours hebdomadaires en mercatique se déroulent dans une salle informatique équipée de 16 postes situés sur le pourtour de la salle et disposant d'une connexion internet. Au centre de la salle se trouvent des tables de travail pouvant accueillir en îlots l'ensemble des élèves.

L'ordinateur du professeur est connecté à un vidéoprojecteur et à un tableau interactif. Par ailleurs l'établissement dispose d'un espace numérique de travail.

Le climat scolaire dans la classe est favorable, mais le niveau général de la classe est moyen et semble lié au manque de travail personnel à la maison.

Un bon nombre d'élèves éprouvent des difficultés à conceptualiser les notions abordées et à organiser leur réflexion. Les élèves de la classe qui ont volontairement choisi cette spécialité sont minoritaires, mais motivés par l'idée de poursuivre leurs études dans ce domaine, d'autres sont peu motivés et peu curieux quant à l'option mercatique. Vous avez cependant constaté leur capacité à fournir un travail dynamique et pertinent dès lors qu'une activité proposée suscite leur intérêt.

Annexe 2 : Extrait du programme

Question de gestion	Notions	Contexte et finalités
Le produit a-t-il un prix ?	La complexification des politiques tarifaires des entreprises rend de plus en plus opaque le prix réel du bien ou du service. Le consommateur a ainsi des difficultés à comparer le prix des produits et à se construire un référentiel de prix. L'entreprise, quant à elle, fixe son ou ses prix en fonction de ses objectifs et de contraintes.	
	Prix unique, prix différencié, gestion des capacités (yield management), prix forfaitaire, gratuité	<p>La diversité des attentes des consommateurs, le besoin de se différencier et la volonté d'optimisation des capacités de production et/ou de vente conduisent les entreprises à pratiquer des politiques de prix de moins en moins figées.</p> <p>À partir d'exemples concrets issus de l'environnement des élèves, l'élève doit être capable :</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> De caractériser la politique tarifaire choisie <input type="checkbox"/> D'en montrer les intérêts et les limites
	Sensibilité-prix, coûts, taux de marge, prix cible	<p>La fixation du prix est une décision importante puisqu'elle conditionne les revenus de l'entreprise. Il s'agit de montrer que la politique de prix doit être cohérente avec les objectifs stratégiques de l'entreprise et les autres aspects du marché.</p> <p>Pour une entreprise donnée, l'élève doit être capable :</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> D'identifier les déterminants du prix <input type="checkbox"/> De calculer un prix de vente <input type="checkbox"/> De fixer ou d'analyser un prix de vente en cohérence avec le positionnement, les objectifs de l'entreprise et les contraintes du marché

Sujet 2

CAPET INTERNE ÉCONOMIE ET GESTION

Option Marketing

Session 2018

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 :

Le consommateur est-il toujours rationnel dans ses choix ?

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 :

- **Identifier les composantes de la valeur perçue**
- **Mettre en relation coûts engagés et valeur perçue pour expliquer la satisfaction**

Ces capacités sont associées aux notions :

- **Valeur perçue**
- **Satisfaction**
- **Expérience de consommation**

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 enseignez dans un lycée général, technologique et professionnel dans une ville moyenne de province. L'établissement compte 1 800 élèves dont plus de 40 % sont issus d'un milieu modeste. Le tissu commercial de cette ville est assez riche et la plupart des grandes enseignes nationales est représentée. Par ailleurs, l'établissement dispose d'un espace numérique de travail.

Vous enseignez la mercatique à une classe de terminale qui compte 35 élèves (15 filles et 20 garçons), dont 2 redoublants et 3 élèves dits « décrocheurs ». Compte tenu de l'effectif de la classe, 3 heures à effectif réduit sont affectées à la spécialité.

Le niveau de la classe est très hétérogène : 30% des élèves ont des difficultés de compréhension et d'acquisition des connaissances, mais sont volontaires, 40% ont un bon niveau sans réaliser trop d'efforts, les autres sont des élèves motivés, qui n'ont pas de difficultés particulières et qui obtiennent de bons résultats. Mis à part 3 élèves qui veulent interrompre leurs études, tous souhaitent poursuivre dans une section de technicien supérieur ou en IUT et deux envisagent une poursuite d'études en Classe Préparatoire aux Grandes Écoles.

L'ambiance de classe est plutôt agréable, les élèves sont attentifs et certains participent beaucoup.

Vous êtes le professeur principal de la terminale STMG mercatique et vous assurez également les 2 heures hebdomadaires d'accompagnement personnalisé, le vendredi de 14 à 16 h.

Vous dispensez votre enseignement dans une salle banalisée disposant d'un poste informatique connecté à Internet et d'un vidéoprojecteur durant quatre heures le mardi (deux heures en classe entière de 8 h à 10 h puis une heure avec le groupe 1 de 10 h à 11 h et une heure avec le groupe 2 de 11 h à 12 h). Vous avez accès à une salle informatique équipée de 24 postes et connectée en réseau pour vos heures en demi-groupes, le jeudi de 16 à 18 h avec le groupe 1 et le vendredi de 10 à 12 h avec le groupe 2.

Annexe 2 : Extrait du programme

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

Sujet 3

CAPET INTERNE ÉCONOMIE ET GESTION

Option Marketing

Session 2018

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 :

Fidéliser ou conquérir : L'entreprise doit-elle choisir ?

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

Vous préparez votre séance introductive de cette question de gestion, en l'articulant au reste de la séquence. Le cours se déroule le jeudi de 15h à 17h.

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

- **Présenter les enjeux d'une stratégie de fidélisation donnée**
- **Justifier la cible retenue à partir d'indicateurs fournis**
- **Analyser les outils de fidélisation et en déduire le type de programme de fidélisation**
- **Identifier les moyens de collecte, de stockage et d'exploitation des informations sur la clientèle et d'apprécier la pertinence globale de la démarche**

Ces capacités sont associées aux notions :

- **Stratégie de fidélisation (induite/recherchée)**
- **Programme de fidélisation**
- **Gestion de la relation client**

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 disciplines,
- 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 enseignez la mercatique dans un lycée général et technologique de 1 250 élèves des Alpes maritimes. L'établissement dispose d'une très bonne réputation même si les élèves des filières technologiques sont assez difficiles à gérer et que des problèmes de comportement persistent. Chaque année, un voyage d'intégration pour les deux classes de première STMG est organisé afin de favoriser la cohésion du groupe et de construire une relation professeur/élève positive.

Cette année, l'établissement compte trois classes de terminale STMG dont deux sont de spécialité mercatique et une, ressources humaines et communication. Les trois terminales sont à effectif de 24. Vous enseignez dans une terminale option mercatique.

L'effectif de la classe est de 24 élèves dont 12 garçons. Cette classe présente une bonne tête de classe (5 élèves), des élèves très moyens en raison d'un travail superficiel et d'un absentéisme perlé et enfin, trois élèves sont en grande difficulté. Deux élèves sont dyslexiques. La classe est très intéressée par la discipline, mais peine à rester concentrée.

Vous êtes le professeur principal de cette classe et assurez les deux heures d'accompagnement personnalisé (AP) le lundi après-midi de 15h à 16h ainsi que le mercredi de 12h à 13h. Les cours de mercatique sont répartis par créneau de deux heures, le lundi matin, mardi matin et jeudi après-midi. Ils ont toujours lieu dans la même salle. Elle est aménagée en deux parties, une partie salle de cours équipée d'un vidéoprojecteur et 24 postes informatiques en réseau.

Annexe 2 : Extrait du programme

Question de gestion	Notions	Contexte et finalités
<p>FIDELISER OU CONQUERIR : L'ENTREPRISE DOIT-ELLE CHOISIR ?</p>	<p>Marchés de plus en plus concurrentiels et saturés, consommateurs imprévisibles, coûts d'acquisition des clients élevés : l'entreprise est confrontée à de multiples contraintes qui la conduisent à encourager la fidélité de ses clients. Parce qu'ils achètent et ré-achètent, parce qu'ils parlent en bien de l'entreprise, les clients fidèles sont, a priori, rentables.</p>	
	<p>Fidélité comportementale et attitudinale, facteurs de fidélité</p>	<p>La fidélité des consommateurs vis-à-vis d'un bien/service est multidimensionnelle. Elle s'apprécie au travers de comportements d'achat répétés qui, au-delà de la satisfaction, peuvent relever de nombreux autres mobiles.</p> <p>À partir de l'observation de situations concrètes et variées d'entreprises, l'élève doit être capable :</p> <p>D'identifier la forme et les raisons de la fidélité des clients</p>
	<p>Stratégie de fidélisation (induite/recherchée), programmes de fidélisation, gestion de la relation client (customer relationship management)</p>	<p>Les programmes de fidélisation ont pour objectif de mettre en place une relation durable et personnalisée avec des clients à forte valeur.</p> <p>L'élève doit être capable :</p> <p>De présenter les enjeux d'une stratégie de fidélisation donnée De justifier la cible retenue à partir d'indicateurs fournis D'analyser les outils de fidélisation et d'en déduire le type de programme de fidélisation D'identifier les moyens de collecte, de stockage et d'exploitation des informations sur la clientèle et d'apprécier la pertinence globale de la démarche</p>