

<http://lyc-george-sand-la-chatre.tice.ac-orleans-tours.fr/eva/spip.php?article1591>



Le bac STMG

- Archives du Blog - Série STMG Marketing -



Date de mise en ligne : mercredi 27 février 2013

Copyright © Lycée George-Sand La Châtre - Tous droits réservés

Présentation du bac technologique STMG : sciences et technologies du management et de la gestion

Avec ce bac, vous aurez toutes les clés pour comprendre l'organisation et le fonctionnement des entreprises.

Pour qui ?

Ce bac s'adresse aux élèves intéressés par la réalité du fonctionnement des organisations, les relations au travail, les nouveaux usages du numérique, le marketing, la recherche et la mesure de la performance, l'analyse des décisions et l'impact des stratégies d'entreprise.

Au programme

Ce bac aborde les grandes questions de la gestion des organisations, comme par exemple : le rôle du facteur humain, les différentes approches de la valeur, l'information et la communication bases de l'intelligence collective, etc.

Il comprend :

- un pôle technologique commun en 1re et en lien avec la spécialité choisie en terminale
- un pôle général (français, maths, langues, histoire-géographie, philosophie et EPS)
- un pôle économie-droit et management des organisations.

Ce dernier pôle, articulé avec le pôle technologique, donne les repères et les outils d'analyse et d'interprétation des logiques de fonctionnement des entreprises, des administrations, des associations.

Observation du fonctionnement, mesure et analyse des résultats avant leur interprétation et la préparation de décisions sont mis en oeuvre dans des situations réelles ou simulées.

Pratiques des jeux sérieux (serious-game), usages des réseaux sociaux, des outils de simulation et de gestion (PGI) sont au programme d'une pédagogie de l'action, basée sur la conduite d'études (en 1re) et de projets (en terminale).

Spécialité du bac STMG proposée au Lycée de La Châtre

Marketing (mercatique)

Cet enseignement porte sur la maîtrise du marché, du point de vue du producteur comme du point de vue du consommateur et l'impact des stratégies de communication.