

## Dossier de méthodologie de votre projet



**L'épreuve du « grand oral »** a été conçue pour permettre à chaque candidat de :

- Prendre la parole en public de façon claire et convaincante
- Progresser dans la maîtrise de l'expression orale et d'être évalué à ce niveau
- Savoir expliquer clairement son propos
- Se sentir à l'aise pour parler en public
- Disposer de techniques pour gérer son stress
- Savoir argumenter en utilisant les connaissances liées à ses spécialités
- Savoir échanger avec pertinence avec son auditoire
- Reformuler sa pensée lorsque cela est nécessaire

**Toutes ces compétences** mises en œuvre lors de l'épreuve sont indispensables pour votre poursuite d'études supérieures, puis tout au long d'une carrière professionnelle et d'un parcours personnel.

**Ce dossier est un guide pour aider à structurer le travail de réalisation du projet et de préparation au Grand Oral**

*Session baccalauréat*

# LES ETAPES DE VOTRE PROJET

L'étude approfondie est l'**approfondissement d'un problème de gestion** qui se pose à une organisation, dont le traitement **débouche** sur la **réalisation d'un projet** et **permet la présentation** par l'élève de **deux questions du Grand oral**.

Plusieurs étapes (7 étapes) peuvent guider le **processus de maturation** qui **doit conduire** à la **formulation des deux questions** qui seront **proposées** pour le **Grand oral** et à l'argumentaire qui les accompagnera pour répondre aux attendus de l'épreuve

## 1<sup>ère</sup> étape : Rechercher un contexte organisationnel réel

L'organisation peut-être, une entreprise, une organisation publique ou une organisation de la société civile. Cette organisation peut éventuellement être reliée avec votre projet d'orientation, mais aussi l'organisation peut avoir un lien avec vos centres d'intérêts, le produit ou le service qui est proposé

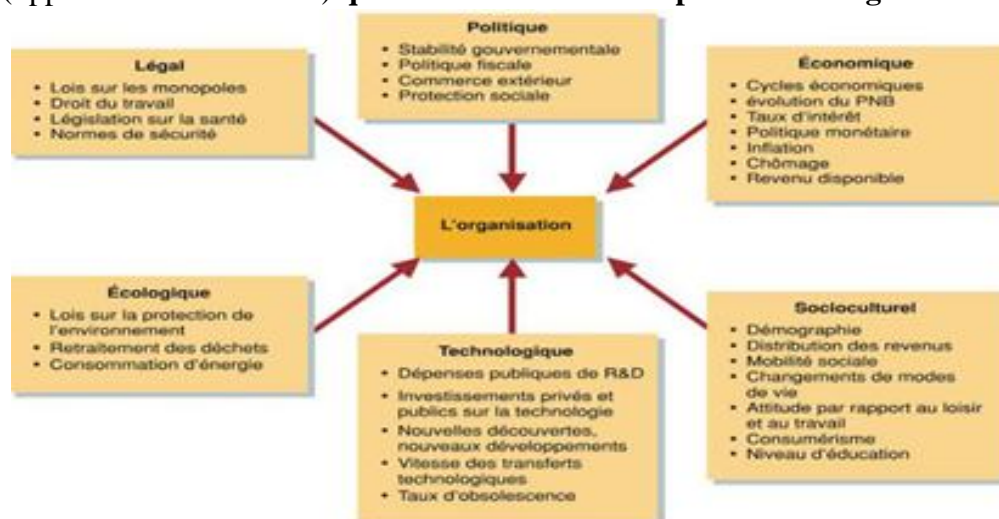
*Exemples* : **La brasserie fondamentale** (LBF) est une petite brasserie artisanale située à Toulouse. Son fondateur souhaite lancer une bière sans alcool pour répondre à une demande émergente dans la région. Le directeur technique assure qu'il n'y a pas de problème technique à fabriquer cette bière car l'entreprise dispose de capacités de production inutilisées.

## 2<sup>ème</sup> étape : Caractérisation, diagnostic stratégique et étude de marché de l'organisation

- **Caractériser l'organisation retenue** pour mieux la comprendre (accorder de l'importance à son histoire, le choix de son nom, de son logo...)

Dénomination sociale	Type d'organisation	Finalités	Forme
Statut juridique	Taille	Métier / activité	Nature de l'activité
Secteur économique	Ressources humaines	Ressources matérielles	Ressources immatérielles
Ressources financières	Champ d'action	Nationalité	Performance

- **Etudier le marché de cette organisation** (étudier l'offre, la demande et influence de l'environnement sur ce marché, les concurrents) pour la positionner sur son marché,
- **Réaliser des diagnostics** : **diagnostic interne** (forces et faiblesses concernant plus particulièrement son offre, sa distribution et sa communication) et **diagnostic externe** (opportunités et menaces) **qui vont faire naître des problèmes de gestion**.



<b>3<sup>ème</sup> étape : Choisir des problèmes de gestion, s'organiser, rechercher des informations et préconiser des solutions qui vont apporter des réponses aux problèmes de gestion</b>
---

### **1. Identification du ou des problèmes de gestion**

L'analyse approfondie doit permettre de soulever un problème ou des problèmes de gestion à gérer. Le ou les problème(s) ou besoin(s) de l'organisation seront formulés sous forme de questions suscitant un débat. Les questions de gestion peuvent être différentes au sein d'un groupe

- ❖ Vos questions doivent être formulées de telle façon qu'elles nécessitent que vous preniez position.
- ❖ Si elles peuvent appeler une réponse mobilisant des arguments et des contre-arguments (sur le type « oui » mais « non »), il est important que vous puissiez exposer votre point de vue personnel sur la question.
- ❖ Pour chacune des questions établir les transversalités entre les différentes disciplines du cycle terminal (1<sup>ère</sup> et Terminale).

#### Exemples :

En s'appuyant sur les diagnostics qui ont fait naître les problèmes de gestion concernant le lancement de la bière sans alcool, vous réalisez des recherches d'information sur ces problèmes de gestion avec les objectifs associés. Vous formalisez des propositions concernant :

- Les caractéristiques techniques et commerciales de ce produit :

- **Conditionnement, emballage, design**

*Cette partie est relative au thème 1 de mercatique : **La définition de l'offre relatif aux caractéristiques de l'offre du produit***

- **La détermination du prix du produit**, à partir du coût de production et/ou d'un relevé de prix des marques concurrentes, du prix cible...

*Cette partie est relative au thème 1 de mercatique : **La définition de l'offre en matière de politique de prix***

- **Le choix d'un mode de distribution de ce produit**. On insistera par exemple sur le caractère local du produit. L'unité commerciale est-elle physique ou virtuelle ? choix des canaux de distribution ? stratégie de distribution ?...

*Cette partie est relative au thème 2 de mercatique : **La distribution de l'offre sur l'apport des technologies numériques en matière de distribution***

- **Le choix des modalités de communication sur ce produit**. On insistera sur le caractère local du produit, mais également sur le côté « sans alcool de la bière » Quels sont les objectifs, les cibles, le message, les moyens de communication utilisés et les indicateurs d'évaluation de la communication.

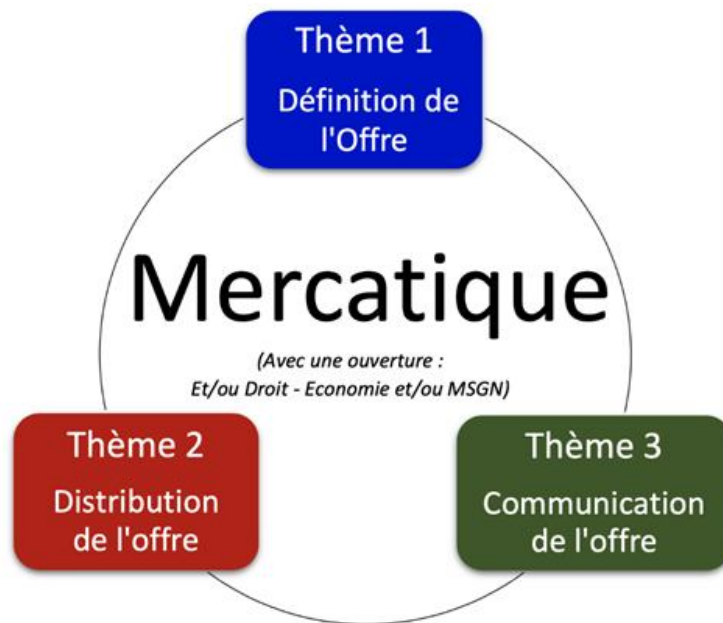
*Cette partie est relative au thème 3 de mercatique : **La communication de l'offre***

Des ouvertures juridiques et/ou économiques et/ou managériales sont indispensables (Aidez-vous des thématiques du programme STMG sur le site !)

### **2. Piste de réflexion en lien avec les programmes**

Pour effectuer ce travail, vous devez mener un ITINERAIRE DE QUESTIONNEMENT cohérent en lien avec différents programmes :

## En lien avec le programme de MERCATIQUE



*Détails du programme par élément avec quelques questions*

### *Thème 1 La définition de l'offre*

#### Comment concevoir et mettre en place une offre personnalisée ?

*(Comment analyser les choix possibles de l'offre à partir du (des) couple(s) produit/marché ?*

*Comment caractériser les composantes de l'offre ?*

#### Le prix, valeur réelle ou valeur perçue de l'offre ?

*(Comment caractériser les choix en matière de politique de prix ou de tarif ?)*



#### Comment l'offre peut-elle créer une expérience de consommation ?

*(Comment montrer la pertinence entre l'acte de consommation et l'expérience de consommation ?)*



## Thème 2 La distribution de l'offre



## Thème 3 La communication de l'offre



## **En lien avec le programme de MANAGEMENT, SCIENCES DE GESTION ET NUMERIQUE**

- o **Produit et marché** (question 1.1)
  - Quelles sont les caractéristiques d'un marché ?
  - Comment connaître ces caractéristiques ?
  - Quels choix l'entreprise doit-elle effectuer en cohérence avec ses orientations stratégiques ?
- o **Ressources** (question 1.2)
  - Quelles ressources financières peut mobiliser l'organisation pour assurer son développement ?
  - Comment adapter les ressources humaines aux besoins de l'organisation ?
  - Comment identifier et recruter les ressources humaines dont l'organisation a besoin ?
- o **Choix de production** (question 1.3)
  - Quelle organisation de la production mettre en place ?

## **En lien avec le programme de DROIT-ECONOMIE**

### **☞ En droit :**

La responsabilité dans le cadre de la production et la distribution du produit (thème 6 du programme de droit de terminale)

Le statut de l'entreprise (thème 8 du programme de droit de terminale)

Le thème 8 de droit (dans quel cadre et comment entreprendre) pourra être abordé sous l'angle du droit de la concurrence (thème 8.3).

### **☞ En économie :**

Le marché du produit, la concurrence, les barrières à l'entrée, les produits et services substituables, l'innovation (thème 5 du programme d'économie de première)

Le thème 9 d'économie (comment concilier croissance et développement durable) pourra être abordé grâce au thème 9.1 (les sources d'un développement soutenable).

## **3. Vous devez mener votre recherche documentaire**



Vous devez **garder une trace de vos recherches documentaires** : photocopies d'articles ou d'ouvrages, entretien, enquête, grille d'observation, liens et adresses internet. Il vous faut donc un dossier numérique pour stocker les documents sélectionnés

Internet propose énormément de ressources. A vous de faire des recherches sur votre sujet, en prenant soin d'écrire dans ce dossier les mots clés ainsi que les différents outils de recherche (moteur de recherche, annuaire.) que vous avez utilisé, dans **l'objectif d'expliquer votre méthodologie de recherche.**

Vous devez vous aider des outils méthodologiques (tableau...) pour sélectionner les informations que vous allez retenir. **N'oublier pas d'indiquer les critères de sélection de documents lors de votre exposé** (pertinence, compréhension, fiabilité, précision.)

#### 4<sup>ème</sup> étape : La construction et la validation des deux questions de gestion

**Vous devez proposer aux enseignants de spécialité pour validation, deux questions de gestion** mixant l'enseignement spécifique (mercatique) et au moins un autre enseignement commun de spécialité : Droit et/ou Economie et/ou Management Sciences de Gestion et Numérique.

Critères de validation d'une question :

- **Une question permet de construire une argumentation** pour justifier/cerner les enjeux de l'étude approfondie, la mettre en perspective, analyser la démarche engagée au service de sa réalisation, d'expliciter la stratégie individuelle et collective adoptée et les choix opérés en termes d'outils et de méthodes (le PROJET nourrit l'argumentation),
- A elles deux, les questions **mobilisent les enseignements de spécialité**
- La formulation des questions doit permettre d'ouvrir les possibles, il s'agit d'engager une réflexion personnelle. La question doit être propice au débat, elle n'appelle pas à une réponse unique mais elle doit permettre l'échange avec le jury.

Exemples de questions de gestion :

**Question 1** : Le caractère local d'une entreprise comme « La Brasserie Fondamentale » constitue-t-il un avantage concurrentiel ?

**Question 2** : La Brasserie Fondamentale doit-elle pour son nouveau produit s'aligner sur les prix de ses concurrents ?

#### 5<sup>ème</sup> étape : La construction de l'argumentation

**L'argumentation** doit s'appuyer en prenant **appui sur l'étape 3** (c'est la matière première de votre argumentation).

Vous devrez ici formuler des propositions de solutions à vos questions de gestion. Vous pourrez réaliser des productions (des exemples) en fonction des solutions proposées. Vous pourrez :

- Vous **inspirer des choix réalisés par d'autres organisations**, dans le même secteur d'activité ou d'autres secteurs
- Analyser les **programmes des spécialités** (cours de mercatique, management, droit & économie)
- Vous appuyer sur des **exemples abordés en cours** (vidéos des chapitres en management)

Vous validerez ces solutions et leur faisabilité en termes :

- En termes de coûts (contrainte financière)

- En termes de délais (contrainte temporelle)
- En termes d'efficacité commerciale (contrainte organisationnelle et/ou matérielle)
- En terme d'effectifs, formation, recrutement... (contrainte ressources humaines)
- En terme d'engagement contractuelle, de statut juridique... (contrainte juridique)

Les deux questions doivent vous permettre de construire **une argumentation suscitant le débat** en vous basant sur vos savoirs dans les enseignements que vous avez suivi pendant les deux années en STMG.



# PRÉPARATION DU CONTENU DE VOTRE ORAL

Pour préparer le contenu de votre projet, il est essentiel de retranscrire votre réflexion sur un document comme celui-ci.

## TABLEAU SYNTHÉTIQUE DE VOTRE PRÉSENTATION DE LA QUESTION DE GESTION

Question de gestion n° .....

Votre réflexion par rapport à la question posée

- Dans cette partie, vous présenterez le cheminement de votre réflexion qui a permis d'aboutir à la formulation de votre question de gestion.
- « D'où vous êtes partie, vers quelles problématiques de gestion cela vous a mené »  
(Caractérisation, diagnostic stratégique, recherche documentaire...)
- Vous précisez aussi les raisons personnelles qui expliquent le choix de vos questions.

Contexte marketing & managérial de l'organisation

Contexte juridique & économique de l'organisation

Les liens avec les programmes en Marketing, Management, Economie & Droit  
Indiquer les notions de cours relatif à votre problématique

Exemples d'organisations et Préparation de l'argumentation				
- Similitude ou différence avec une organisation	Démarches mises en œuvre	Contraintes (temporelle, matérielle...)	Difficultés rencontrées	- Points clés du programme repérés (marketing, management...) - Choix stratégique opérés... - Lister les arguments (solutions)
<i>Exemple</i>	.....	.....	.....	Argument 1 →
<i>Exemple</i>	.....	.....	.....	Argument 2 →
<b>Conclusion</b>				
<b>Expérience acquise</b>				

**Nb : Vous préparez deux questions, il vous faudra donc deux tableaux de synthèse**