



Les thématiques du programme en Mercatique et les enjeux possibles : des choix pour un sujet à l'oral

Mercatique

La mercatique y est abordée à partir de différents points de vue – celui du consommateur, celui de l'organisation et celui de la société –

Thème 1 : La définition de l'offre

L'étude de ce thème conduit à s'interroger sur la politique marketing menée par l'organisation notamment en matière de construction de son offre, premier moyen de création et de transmission de valeur au consommateur.

Questions	Explications
La personnalisation de l'offre est-elle incontournable ?	Dans cette partie, vous devrez : <ul style="list-style-type: none"> Analyser les choix possibles de l'offre à partir du (des) couple(s) produit / marché. Caractériser les composantes d'une offre de bien / service. Mesurer l'importance de la politique de marque.
Toute consommation crée-t-elle de l'expérience ?	Dans cette partie, vous devrez : <ul style="list-style-type: none"> Montrer la pertinence entre l'acte de consommation et l'expérience de consommation.
Le prix, entre raison et illusion ?	Dans cette partie, vous devrez : <ul style="list-style-type: none"> Caractériser les choix en matière de politique de prix ou de tarifs.

Thème 2 : La distribution de l'offre

L'étude de ce thème vise à appréhender les différentes stratégies de distribution qui s'offrent aux organisations.

Questions	Explications
Distribution de l'offre : peut-on se passer d'intermédiaires ?	Dans cette partie, vous devrez : <ul style="list-style-type: none"> Qualifier et apprécier les enjeux d'une stratégie de distribution. Caractériser les types de réseaux de distribution et montrer ainsi leur complémentarité. Identifier les relations de coopération ou de conflit entre producteur et distributeur.
Le consommateur dicte-t-il les choix de distribution ?	Dans cette partie, vous devrez : <ul style="list-style-type: none"> Qualifier et apprécier les enjeux d'une stratégie de distribution. Caractériser les types de réseaux de distribution et montrer ainsi leur complémentarité. Identifier les relations de coopération ou de conflit entre producteur et distributeur.
Les technologies numériques, une autre manière de penser la distribution ?	Dans cette partie, vous devrez : <ul style="list-style-type: none"> Analyser les stratégies de numérisation et porter un regard critique sur l'apport des technologies numériques en matière de distribution.

Thème 3 : La communication de l'offre

La communication commerciale a pour objectif de créer ou de maintenir une relation avec une cible et de l'influencer. Elle recouvre des réalités complexes en termes de publics, de discours et de techniques.

<i>Questions</i>	<i>Explications</i>
Communiquer : quelle visibilité et quels médias pour valoriser l'offre ?	Dans cette partie, vous devrez : <ul style="list-style-type: none">• Identifier l'objet, la cible et les objectifs d'une action de communication.• Analyser la pertinence et la complémentarité des différents moyens utilisables en fonction de la cible et des objectifs visés.• Analyser la construction de messages publicitaires en termes d'argumentation commerciale d'en apprécier la cohérence vis-à-vis de la cible visée.
Comment enrichir la relation client grâce au numérique ?	Dans cette partie, vous devrez : <ul style="list-style-type: none">• Analyser des politiques de fidélisation et d'en décrire les outils.• Mesurer l'influence de la communication numérique.• Évaluer les actions de communication.