Les BUT

Durée des études
2 ans d'études au sein d'un institut universitaire de technologie (IUT).

Validation des études
Le BUT fonctionne sur le principe du contrôle continu. Une validation des connaissances est organisée à la fin de chaque semestre.

Poursuite d'études
La formation générale du BUT favorise la poursuite d'études.
83 % des diplômés choisissent cette option.
Les possibilités varient selon les spécialités.
À l'université, les licences pro constituent le diplôme le plus adapté. Elles permettent d'acquérir une spécialité ou d'approfondir sa formation tout en accédant à un niveau bac + 3.

- **BUT Techniques de commercialisation**

Les BTS

S'inscrire en BTS après le bac, c'est choisir une formation en **2 ans** avec plus d'une centaine de spécialités, **accessible sur dossier** et tournée vers la pratique.

Cours théoriques en petit groupe, pratique professionnelle et stages sur le terrain sont au programme. A l'arrivée, **des diplômes professionnels qui répondent aux besoins des entreprises** et qui couvrent tous les secteurs d'activité économique.

Le BTS vise donc une entrée dans la vie active, mais il permet aussi une **poursuite d'études**, notamment en licence professionnelle (en 1 an).

- **BTS Management des unités commerciales (MUC)**
- **BTS Négociation et relation client (NRC)**
- **BTS Commerce international (diplôme à référentiel commun européen)**

Lycée Loges

Comment se rendre au Lycée ?

RER D : Evry Courcouronnes
Bus n° **402** : Parc des Loges,
Bus n° **405** : Lycée du Parc des Loges

Baccalauréat technologique, série STMG

Sciences et
Technologies du
Management et de la
Gestion

Lycée du Parc des Loges
Boulevard des Champs Elysées
91012 Evry
Tel : 0160776172 / Fax : 0160773788
E-mail : 0911251R@ac-versailles.fr
Site web: http://www.lyc-parc-evry.ac-versailles.fr/

La mercatique est « **l'ensemble des techniques et des actions grâce auxquelles une entreprise développe la vente de ses produits et de ses services en adaptant, le cas échéant, leur production et leur commercialisation aux besoins du consommateur** » *
(Terminologie publiée au J.O. du 2 mars 2010)

En classe de terminale STMG, l'enseignement de la mercatique vise à **ouvrir la réflexion** des élèves et à **développer leur esprit critique** vers un large champ d'outils et de pratiques qui structurent leur environnement quotidien de consommateur et de citoyen.

Elle a aussi pour objectif de faire découvrir aux élèves **les métiers** nombreux qui relèvent de ce champ professionnel, et les **études supérieures** qui y conduisent.

Cet enseignement vise à montrer **comment l'entreprise développe la vente de ses produits et services en adaptant**, le cas échéant, **leur production et leur commercialisation aux besoins du consommateur**.

Vous avez une **curiosité commerciale**, vous disposez d'un **esprit d'analyse** et **savez interpréter les chiffres**, cet enseignement est fait pour vous !

Disciplines	Volume horaire hebdomadaire
En classe de Première STMG	
Sciences de gestion et numérique	7h
Management	4 h
Droit Economie	4 h
En classe de Terminale SIG	
Management et Sciences de Gestion et Numérique	4h
Droit / Économie	6h
Spécialité Mercatique	6h
Histoire / Géographie	1h30
Mathématique	3h
Philosophie	2h
Enseignement Moral et Civique	18 heures annuelles
Éducation Physique et Sportive	2h
Langues Vivantes A et B + Enseignement Technologique en Langue Vivante A	4h dont 1h d'ETLV

La Terminale STMG Mercatique est ouverte à tous les élèves, qu'ils viennent de 1ère STMG d'EVRY ou d'ailleurs (sur étude du dossier scolaire).

Au programme

Thème 1 _ La définition de l'offre

- La personnalisation de l'offre est-elle incontournable ?
- Toute consommation crée-t-elle de l'expérience ?
- Le prix entre raison et illusion ?

Thème 2 _ La distribution de l'offre

- Distribution de l'offre : peut-on se passer d'intermédiaires ?
- Le consommateur dicte-t-il les choix de distribution ?
- Les technologies numériques, une autre manières e penser la distribution ?

Thème 3 _ La communication de l'offre

- Communiquer : quelle visibilité et quels médias pour valoriser l'offre ?
- Comment enrichir la relation client grâce au numérique ?

À la fin de son année de formation, l'élève saura non seulement :

- Maîtrise des concepts propres à la mercatique
- Capacité d'analyse des stratégies et des méthodes mercatiques mises en œuvre
- Capacité à proposer des solutions adaptées

*http://media.education.gouv.fr/file/12/60/6/STMG_mercatique_210606.pdf