



Un baccalauréat centré vers l'entreprise et ses besoins

- La série STMG s'adresse aux élèves intéressés par
- > le 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.



Une formation orientée vers la poursuite d'études supérieures

La majorité des bacheliers STMG se tourne vers un BTS ou un DUT en lien avec les spécialités de terminale.

Par exemple,

- > après mercatique, **le BTS TC** (Technico-Commercial) ;
- BTS MUC** (Management des unités commerciales)
- > après gestion et finance, **le BTS CG** (Comptabilité - Gestion) ;
- > après systèmes d'information de gestion, **le BTS SIO** (Services Informatiques aux Organisations) ;

Il existe ensuite la possibilité de continuer en licence professionnelle (1 an) à l'université, en école de commerce ou encore en école spécialisée (tourisme...).

> un enseignement technologique commun en classe de première

permet de construire une vraie culture sur les questions de gestion des organisations, des différentes approches de la valeur ajoutée, de l'information ou de l'intelligence collective.

> des enseignements en économie, droit, management des organisations donnent des repères quand au fonctionnement des entreprises, des administrations, des associations.

> un enseignement de spécialité

En terminale, un champ technologique particulier est approfondi : Gestion Finance (GF), Mercatique (Merca), Systèmes d'Information et de gestion (SIG).

3 spécialités



STMG



Gestion et
Finance



STMG



Merkatique



STMG



Système
d'Information
de Gestion



De l'action et des projets

Pratiques des jeux sérieux (serious games), usages des réseaux sociaux, outils de simulation et de gestion (progiciel de gestion intégré ou PGI) sont au programme d'une pédagogie de l'action, basée sur la conduite d'études (en classe de première) et de projets (en terminale).

Des projets sont réalisés en groupes

En petite équipe (moins de 5) des études sur des situations réelles sont menées. Par exemple :

- > **en Gestion - Finance** : Trois élèves ont cherché à déterminer le prix de vente optimal d'un restaurant «bio» en phase d'ouverture.
- > **en Mercatique** : Un groupe a pu analyser la démarche de création d'un nouveau produit chez «Francine» et suivre le processus d'innovation packaging.
- > **en Système d'Information de Gestion** : Une plateforme web d'échange de jeux vidéos a été développée. L'objectif était ici de réaliser un système de bourse aux jeux totalement dématérialisé pour les utilisateurs.

Un horaire équilibré entre enseignement général et technologique

	Première	Terminale
Français	3	
Philosophie		2
Histoire/géographie	2	2
Langues vivantes (LV1 et LV2)	4,5	5
Education physique et sportive	2	2
Mathématiques	3	2
Economie-droit	4	4
Management des Organisations	2,5	3
Sciences de gestion	6	
Enseignement de spécialité		
> Gestion et Finance (GF)		6
> Mercatique (Merca)		
> Système d'information de Gestion (SIG)		
Accompagnement personnalisé	2	2
Education Morale et Civique	0,5	0,5

Fixer le prix de vente des menus du restaurant «les assiettes du terroir»

accompagner la prise de décision

Trois amis décident de créer un restaurant bio à Châteauroux. L'objectif est de proposer à leurs clients des menus préparés avec des produits frais, et de qualité, provenant des producteurs locaux. Ils souhaitent attirer une clientèle branchée soucieuse de sa santé. La problématique est de choisir le tarif le plus bénéfique.

analyse prévisionnelle de l'exploitation
A l'aide du tableur Excel, on établit les budgets prévisionnels et de trésorerie pour les 6 prochains mois.
Retenir les recettes et les dépenses pour déterminer la trésorerie.

analyse de la rentabilité
Il s'agit de déterminer à quelle date l'entreprise commence à réaliser des bénéfices.
Calculer les seuils de rentabilité et le «point mort».

Création de produit chez Francine et innovation packaging

- ANALYSER LE CONTEXTE**
Elaborer une fiche d'identité pour l'entreprise + Diagnostiquer les bonnes et mauvaises choses de l'entreprise (en interne comme en externe)
- IDENTIFIER LA PROBLEMATIQUE**
- Identifier les problèmes de la marque ainsi que les solutions pour remédier aux problèmes
- METTRE EN OEUVRE UNE DEMARCHE MARKETING**
Concept, Objectifs, Cible, Positionnement
- CONSTRUIRE L'OFFRE**
- L'identification de la gamme
- La politique de marque
- Les caractéristiques matérielles de l'offre
- Les caractéristique immatérielles de l'offre
- L'étiquette

Développer une plateforme d'échange de jeux vidéos

- Définir les besoins de l'organisation**
Nous avons tout d'abord analysé les forces et les faiblesses d'une organisation existante ainsi que son environnement numérique.
- Maquetter le site Internet**
Nous avons défini : le nombre de pages, leurs aspects et la chartre graphique.
- Concevoir la base de données**
Nous avons créé les différentes tables permettant de stocker les données concernant les jeux.
- Créer les programmes permettant de faire le lien entre le site Internet et la base de données.**
A ce stade, nous avons connecté la base de données avec le site Internet via un programme écrit en PHP.