

Les spécialités de Terminale STMG

En terminale STMG, les élèves doivent faire leur choix parmi 4 enseignements de spécialité : gestion et finance, systèmes d'information de gestion, ressources humaines et communication ou mercatique.

Quels en sont les contenus ? Quelles épreuves au bac ? Quelques éléments pour bien choisir.

À raison de 6 heures par semaine en classe de terminale, la spécialité occupe une place importante dans l'emploi du temps. Cet enseignement représente près d'un tiers de la moyenne à l'examen du bac.

Gestion et finance

La spécialité s'appuie sur 3 thèmes : construire une image de l'entreprise ; analyser la situation de l'entreprise ; accompagner la prise de décision.

Concrètement, les élèves apprennent à analyser et à comprendre les comptes d'une entreprise (investissements, emprunts à rembourser, nombre de clients, bilan). Ces documents servent à savoir si elle fait des bénéfices ou non, si elle peut investir dans du matériel ou recruter du personnel, etc. Les élèves sont ainsi formés aux outils utilisés dans le monde professionnel : tableurs, logiciels de gestion (appelés progiciels de gestion intégrés - PGI).

Systèmes d'information de gestion

Cette spécialité privilégie une approche concrète autour de 4 thèmes : Organisation informatisée ; Information pour décider et agir ; Communiquer pour collaborer ; Rechercher la performance du système d'information.

Tous ces apprentissages aux intitulés un peu abstraits sont abordés à travers des situations réelles comme la réservation d'un billet d'avion, le règlement d'un achat en ligne, la création d'un compte Facebook ou d'un site web. Cela permet d'analyser les "études de processus" (que se passe-t-il lorsque quelqu'un s'enregistre sur Internet pour passer une commande, qui réceptionne les informations, comment sont-elles utilisées...). Les élèves plongent dans les aspects techniques de l'informatique et se familiarisent avec l'algorithme, la programmation informatique, découvrent la sécurité informatique dans une entreprise (comment sécuriser les échanges, les informations, éviter le piratage, proposer les bons anti-virus...).

Ressources humaines et communication

La spécialité s'organise autour de 4 thèmes : Mobilisation-Motivation ; Compétences-potentiel ; Cohésion-conflits ; Coordination-coopération.

Les professeurs font ainsi des liens entre les thèmes, afin de faire comprendre aux élèves les rapports parfois complexes entre une organisation et ses salariés. Les élèves abordent des questions concernant les interactions entre les membres du personnel, comme : communiquer en interne suffit-il à mobiliser les équipes ? (thème 1). Peut-on évaluer les compétences et le

potentiel d'un individu ? (thème 2). Les tensions professionnelles peuvent-elles renforcer la cohésion ? (thème 3). Travailler ensemble suffit-il à coopérer ? (thème 4).

Mercatique (marketing)

3 thèmes structurent les cours.

Le 1er thème base son approche autour "de la mercatiques et des consommateurs". Ou comment rentrer dans le cerveau du consommateur et découvrir ses besoins, ses motivations, ses freins (c'est le neuro-marketing).

Le 2e thème, "mercatique et marchés" permet d'aborder des questions comme : le produit a-t-il un prix ? Ou encore : l'entreprise doit-elle fidéliser ou conquérir ?

Enfin, le thème "mercatique et société" plonge les élèves au cœur de 2 questionnements : le marketing est-il éthique ? (les élèves se penchent sur des cas d'entreprises utilisant des pratiques déloyales : imitation d'un produit, dénigrement d'un concurrent...) et le développement durable et le marketing sont-ils compatibles ?