
MANAGEMENT, SCIENCES DE GESTION ET NUMÉRIQUE

PRÉSENTATION DES ENSEIGNEMENTS SPÉCIFIQUES



LGT Victor HUGO
GAILLAC



MSDGN : LE PROGRAMME

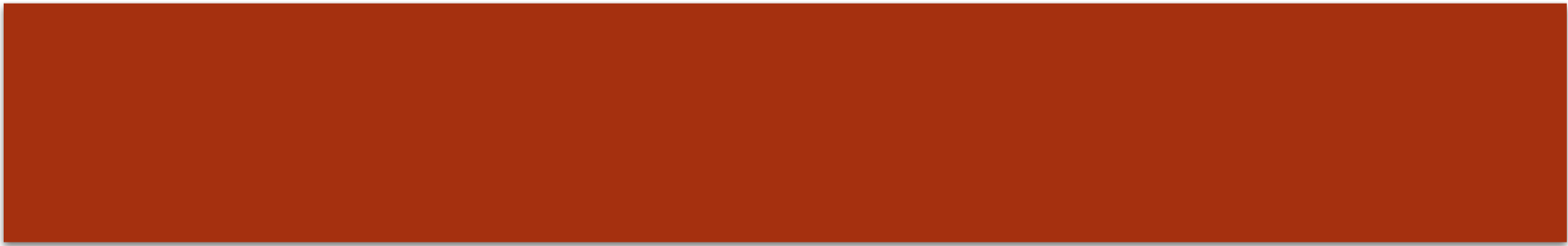
La programme de Management, Sciences de Gestion et Numérique (MSDGN) comporte deux parties distinctes :

- Un enseignement dit de « tronc commun », qui regroupe à la fois du management et un socle de pratiques de gestion (on abordera donc des thématiques RH, Gestion Finance, Marketing, SIG)
- Un **enseignement « spécifique »**
- « La répartition indicative du temps entre l'enseignement commun et l'enseignement spécifique est de 60% pour le premier, 40% pour le second.»



LES ENSEIGNEMENTS SPÉCIFIQUES

APPROFONDIR UN DOMAINE SPÉCIFIQUE, PRÉPARER LE GRAND ORAL



LES ENSEIGNEMENTS SPÉCIFIQUES

« Les enseignements spécifiques permettent, quant à eux, d'approfondir certains domaines des sciences de gestion. L'élève choisit un des quatre enseignements spécifiques suivants : gestion et finance, mercatique (marketing), ressources humaines et communication, systèmes d'information de gestion. »

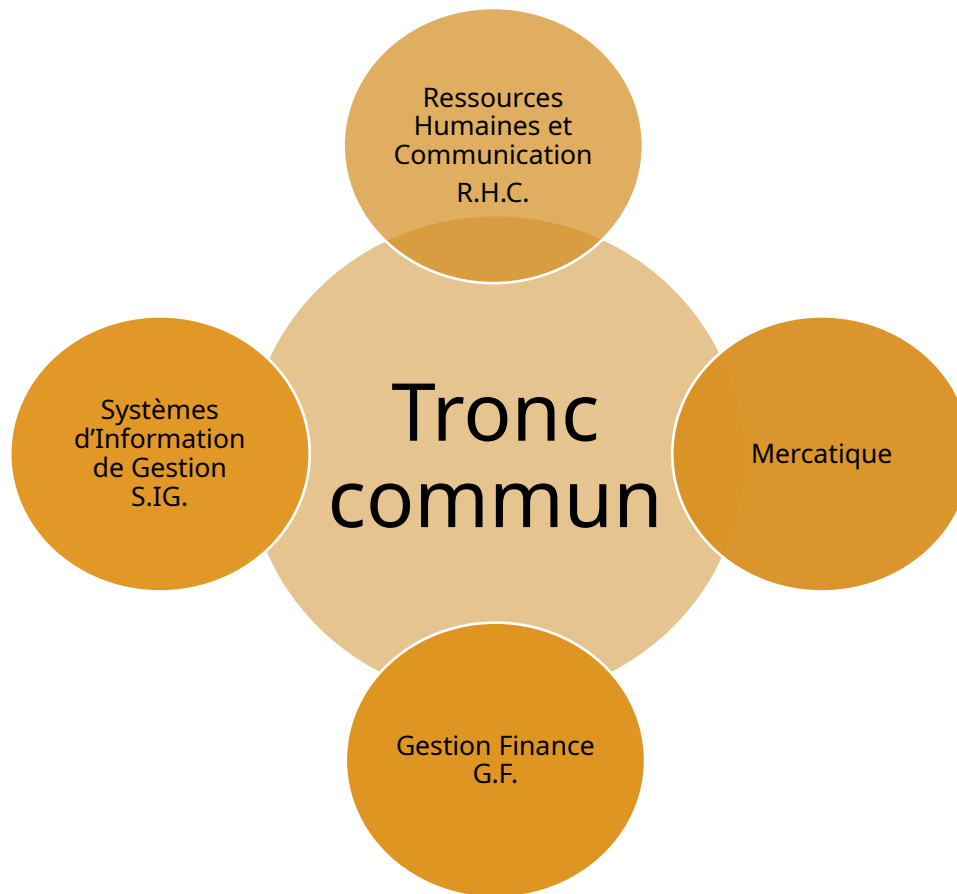
APPROFONDIR UN DOMAINE SPÉCIFIQUE

Les « sciences de gestion » constituent un vaste ensemble qui recouvre des domaines très divers. En effet, il est notamment possible de « gérer »

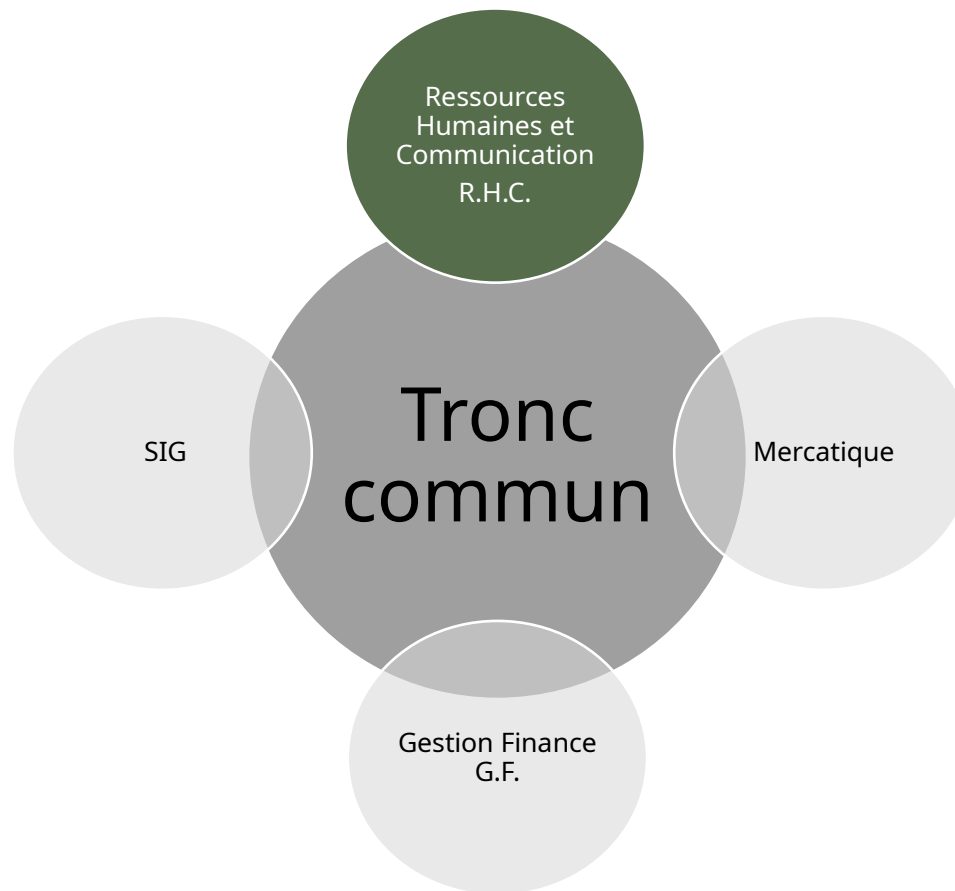
- Des ressources humaines → RHC
- Des ressources financières → Gestion et Finance
- Des relations avec des clients → Marketing
- Des informations → Systèmes d'information de gestion (SIG)

Ces 4 domaines sont étudiés à travers des « enseignements spécifiques »

LES ENSEIGNEMENTS SPÉCIFIQUES



RESSOURCES HUMAINES ET COMMUNICATION



UN PROLONGEMENT DU TRONC COMMUN

" Dans le prolongement de l'enseignement commun, l'enseignement spécifique de ressources humaines et communication **vis** à **aborder plus particulièrement des problématiques et des pratiques actuelles dans le domaine des ressources humaines et de la communication dans les organisations**".

Cet enseignement "vis à **développer la conscience sociale et civique de la place accordée aux ressources humaines dans les organisations"**

UN PROLONGEMENT DU TRONC COMMUN

En MSDGN (tronc commun), on étudie :

- La GPEC et l'identification des besoins en recrutement ainsi que les formes des relations de travail ;
- L'organisation du travail souple et rigide ainsi que les mécanismes de coordination ;
- Le degré de centralisation du pouvoir et la ligne hiérarchique ;
- Les parties prenantes internes et les styles de direction ;
- Les modalités de coopération, les facteurs de motivation et la dynamique de groupe ;
- La Qualité de vie au travail ;
- La marque employeur et l'e-réputation ;
- La lutte contre les discriminations au travail.

En enseignement spécifique, on approfondi :

- La recherche de compétences via les procédures de recrutement, les plans de formation et l'évaluation du collaborateur ;
- Le respect de la réglementation et de la législation (droit du travail, convention collective) ;
- Les outils de la communication interne et du travail collaboratif ;
- Les conditions de travail et les obligations de l'employeur ;
- Les préventions des risques psychosociaux ;
- Le dialogue social et la recherche de cohésion ;
- Les indicateurs de la performance sociale...

3 thèmes seront donc abordés



THEME 1

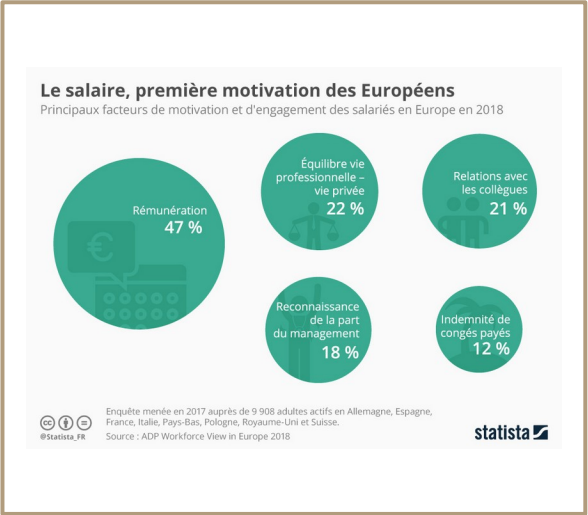
LES COMPÉTENCES
AU SERVICE DE
L'ORGANISATION ET
L'ORGANISATION
AU SERVICE DU
DÉVELOPPEMENT
DES COMPÉTENCES

Quelle procédure de recrutement mettre en place ?

Comment favoriser l'intégration du nouveau collaborateur et comment le fidéliser ?

Comment le motiver et l'évaluer ?

Pourquoi et comment faut-il développer les compétences des collaborateurs ?



THÈME 2

DES FACTEURS DE MOTIVATION ET DE SATISFACTION : QUALITÉ DE VIE AU TRAVAIL ET RÉMUNÉRATION

Quelles conditions de travail proposées aux collaborateurs pour assurer leur santé et leur sécurité ?

Quelles sont les obligations de l'employeur ?

Comment minimiser et prévenir les risques professionnels ?

La rémunération est-elle la seule source de motivation ?



THÈME 3 :

LA RECHERCHE
DE COHÉSION,
UN LEVIER
D'AMÉLIORATION
DES RELATIONS
DE TRAVAIL ET DU
CLIMAT SOCIAL

THÈME 3 :

LA RECHERCHE
DE COHÉSION,
UN LEVIER
D'AMÉLIORATION
DES RELATIONS
DE TRAVAIL ET DU
CLIMAT SOCIAL

Pourquoi est-il nécessaire de créer une cohésion entre collaborateurs ?

Pourquoi et comment gérer les conflits internes ?

Pourquoi et comment favoriser la communication interne ?

Comment valoriser la marque employeur, source de performance sociale et comment mesurer cette performance ?

Pourquoi est-il nécessaire de créer une cohésion entre collaborateurs ?

Pourquoi et comment gérer les conflits internes ?

Pourquoi et comment favoriser la communication interne ?

Comment valoriser la marque employeur, source de performance sociale et comment mesurer cette performance ?

Pourquoi est-il nécessaire de créer une cohésion entre collaborateurs ?

Pourquoi et comment gérer les conflits internes ?

Pourquoi et comment favoriser la communication interne ?

Comment valoriser la marque employeur, source de performance sociale et comment mesurer cette performance ?

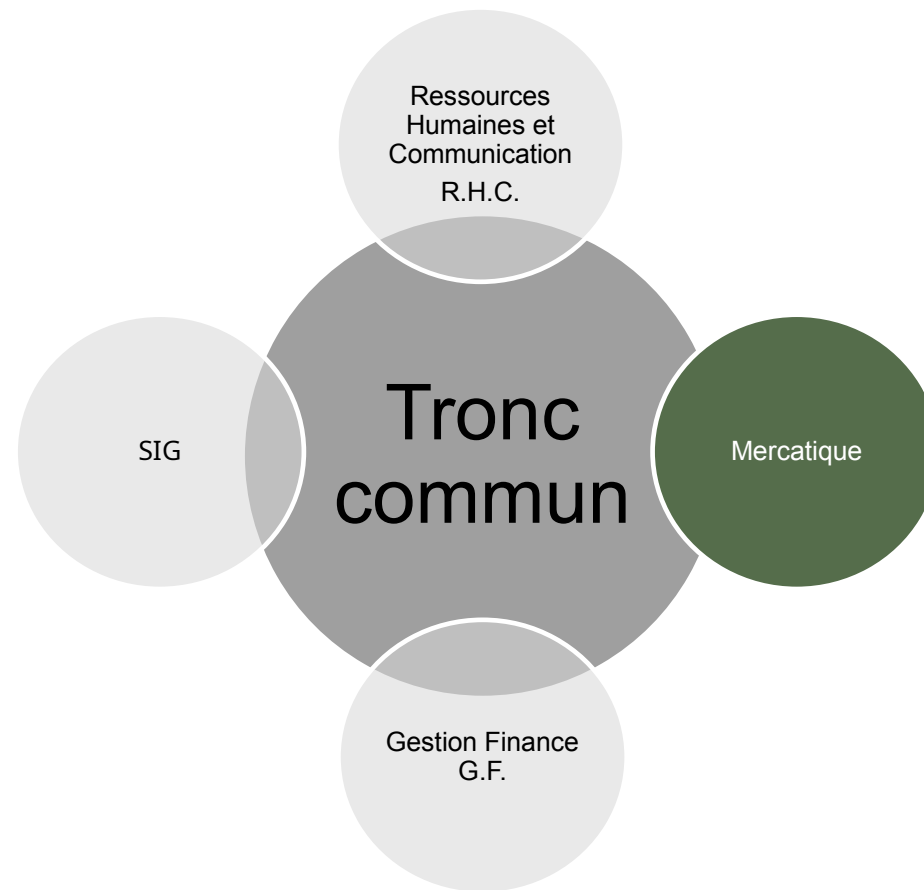
Pourquoi est-il nécessaire de créer une cohésion entre collaborateurs ?

Pourquoi et comment gérer les conflits internes ?

Pourquoi et comment favoriser la communication interne ?

Comment valoriser la marque employeur, source de performance sociale et comment mesurer cette performance ?

MERCATIQUE



UN PROLONGEMENT DU TRONC COMMUN

" Dans le prolongement de l'enseignement commun, l'enseignement spécifique de mercatique (marketing) vise à aborder plus particulièrement des problématiques et des pratiques actuelles de marketing dans les organisations. "

Bulletin Officiel de l'Éducation nationale

En MSDGN (tronc commun), on étudie

- La démarche marketing et ses différentes approches
- Les méthodes de recueil de l'information
- Le processus d'achat et le comportement du consommateur
- La communication externe
- Les questions éthiques liées aux pratiques marketing

Aspects généraux liés au marketing

En enseignement spécifique, on étudie

- les concepts clefs du *marketing stratégique* Segmentation, Ciblage, Positionnement
- La mise en œuvre de la stratégie, à travers la mise en place d'un plan marketing (*marketing opérationnel*)
 - Le Produit
 - Le Prix
 - La Distribution
 - La Communication

DÉFINIR UNE OFFRE : PRODUIT + PRIX

L'offre correspond à ce qu'une organisation (principalement une entreprise) va proposer au marché.



Decathlon Newfeel 13 €



Adidas light racer 60 €



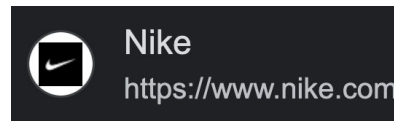
New Balance MW880 95 €



Nike Air Force 1 Low Panda 130 €

DISTRIBUER L'OFFRE

La distribution de l'offre consiste à définir le ou les différentes manières de rendre l'offre accessible aux consommateurs.



...

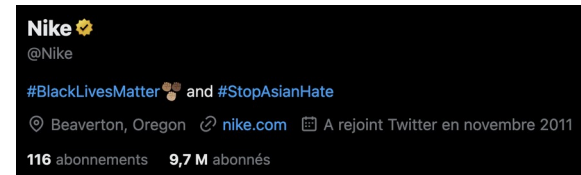


DECATHLON



COMMUNIQUER L'OFFRE

La communication de l'offre consiste à définir les différentes manières de faire connaître l'offre aux consommateurs



nike

Suivre

Contacter

1074 publications

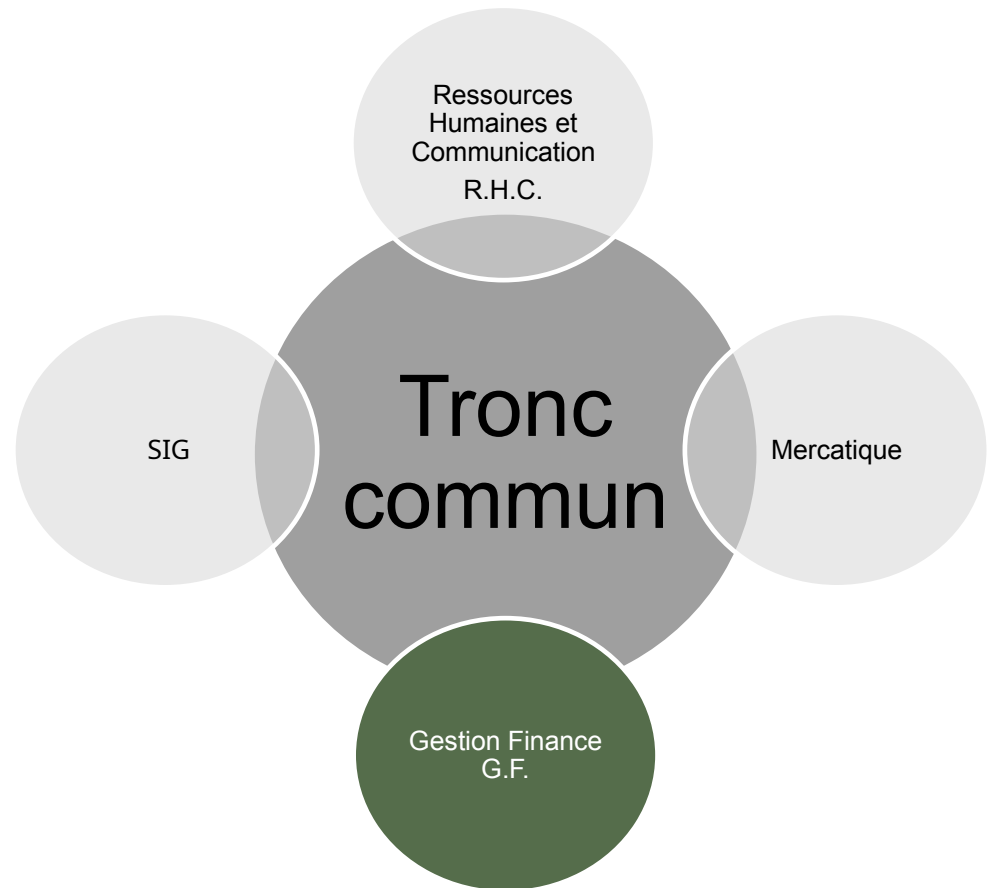
275 M followers

150 suivi(e)s

Nike
Spotlighting athlete* and stories
#BlackLivesMatter and #StopAsianHate
linkin.bio/nike



GESTION FINANCE



UN PROLONGEMENT DU TRONC COMMUN

" Dans le prolongement de l'enseignement commun, l'enseignement spécifique de Gestion et Finance vise à aborder des problématiques et des pratiques actuelles dans le domaine de la gestion et de la finance.. ". Le programme comporte trois thèmes.

Bulletin Officiel de l'Éducation nationale

En MSDGN (tronc commun), on étudie

- Quelques indicateurs de création de valeur issus du bilan et du compte de résultat.
- Ressources financières : les modes de financement des investissements; indicateurs permettant de juger du bon équilibre financier de l'entreprise.
- Contrôle des coûts : coût complet, coût spécifique.
- Normalisation comptable et financière.

En enseignement spécifique, on étudie

- Analyse de la rentabilité de l'entreprise et répartition de ses bénéfices.
- Déterminer le niveau d'endettement de l'entreprise; évaluer la gestion des stocks et des délais de paiement clients et fournisseurs ; établir les prévisions des recettes et des dépenses de l'organisation.
- Impact d'une commande supplémentaire sur le bénéfice de l'entreprise.
- Enregistrements comptables simples.

THEME 1 : APPLIQUER LES REGLES COMPTABLES

Tous les jours, l'entreprise va enregistrer toutes ses opérations à l'aide d'un **Progiciel de Gestion Intégrée (PGI)** en respectant la réglementation.



LES COMPTES DONNENT UNE IMAGE DE L'ENTREPRISE À SES PARTENAIRES

En fin d'année, l'entreprise va déterminer si elle a fait un bénéfice ou une perte en consultant son **bilan et compte de résultat**.



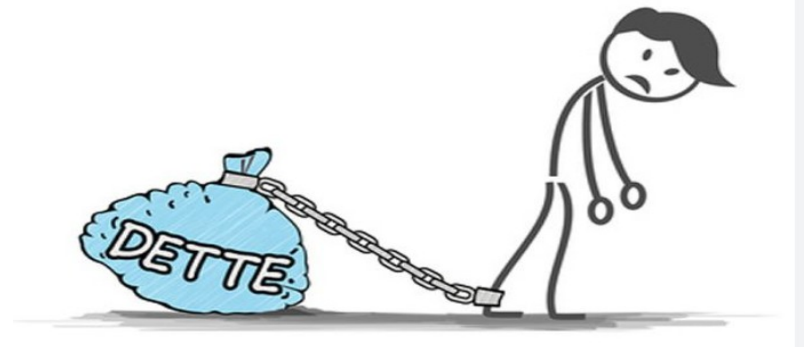
Inventaire



Bénéfice ou perte ?

THEME 2 : ANALYSER LA SITUATION DE L'ENTREPRISE

L'entreprise gère ses **stocks** ainsi que les délais de paiement vis-à-vis de ses **clients et fournisseurs** tout en évitant le **surendettement**.



THEME 2 : ANALYSER LA SITUATION DE L'ENTREPRISE

L'entreprise souhaite savoir si elle peut **financer ses investissements sans devoir emprunter** et si elle va verser des **dividendes** à ses actionnaires.



THEME 3 : ACCOMPAGNER LA PRISE DE DÉCISIONS



L'entreprise doit calculer ses **coûts** :

- ❑ pour fixer son prix de vente et déterminer sa **marge** ;
- ❑ pour décider si elle continue ou pas la production d'un bien ou service en fonction de sa **rentabilité** ;
- ❑ pour savoir à **partir de quel niveau de ventes elle réalisera des bénéfices** ;
- ❑ pour décider si elle doit accepter une **commande supplémentaire** de la part d'un client.

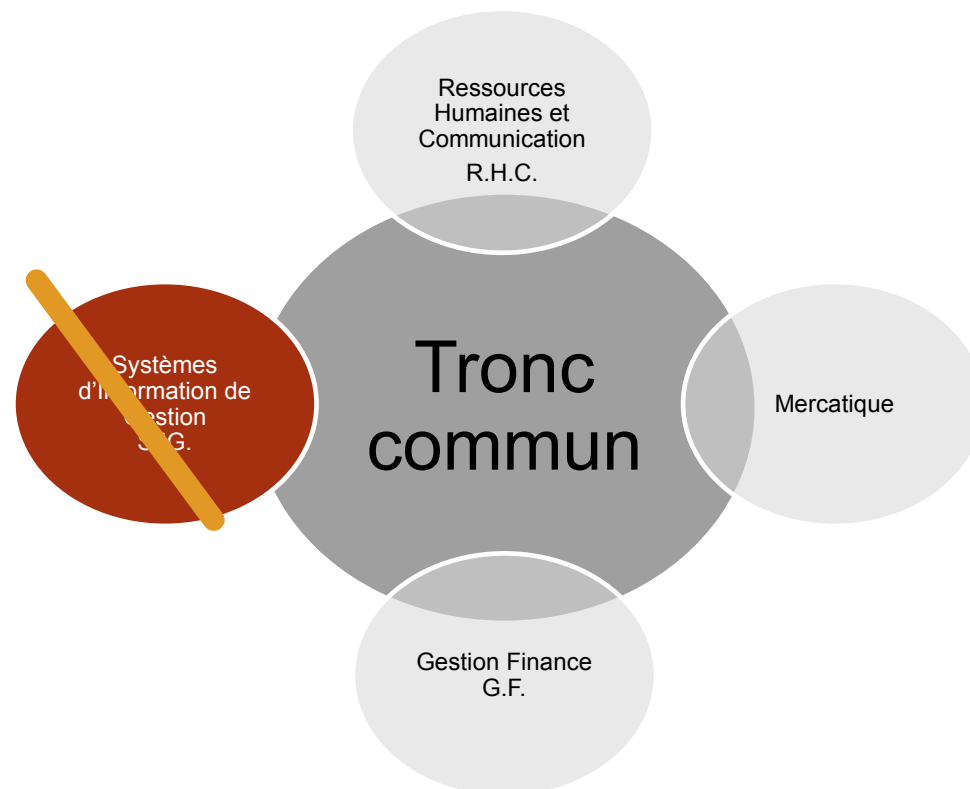
GESTION FINANCE : POUR QUEL PROFIL ?



Avoir le goût des chiffres sans pour autant être fort en maths !

SYSTÈMES D'INFORMATION DE GESTION (SIG)

L'enseignement spécifique S.I.G. n'est pas proposé dans notre établissement



CONTENU DU PROGRAMME

Le programme de l'enseignement spécifique de systèmes d'information de gestion en classe terminale privilégie une approche dynamique et concrète de la mobilisation des systèmes d'information au service de la gestion des organisations, à partir de quatre thèmes :

- organisation et numérisation ;
- management du système d'information et performance ;
- information, action et décision ;
- système d'information et échange.