

**MINISTÈRE DE L'ÉDUCATION NATIONALE, DE L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR ET
DE LA RECHERCHE**

**CERTIFICAT D'APTITUDE AU PROFESSORAT DE L'ENSEIGNEMENT TECHNIQUE
(CAPET)**

**Concours d'accès à l'échelle de rémunération des professeurs certifiés de
l'enseignement technique (CAER – CAPET)**

SECTION ÉCONOMIE ET GESTION

OPTION : MARKETING

CONCOURS INTERNE

SESSION : 2014

Rapport de jury présenté par Monsieur Pierre VINARD
Inspecteur général de l'Éducation nationale

LES RAPPORTS DES JURYS DES CONCOURS SONT ÉTABLIS SOUS LA RESPONSABILITÉ DES PRÉSIDENTS DE JURY
--

COMPOSITION DU JURY

Président – M. VINARD Pierre, Inspecteur général de l'Éducation nationale

Vice-présidents :

Mme MACREZ Paule, Inspectrice d'académie-inspectrice pédagogique régionale

M. CAMET Vincent, Inspecteur d'académie-inspecteur pédagogique régional

Secrétaire général : M. CAILLAT Alain, Inspecteur d'académie-inspecteur pédagogique régional

Membres :

Nom	Prénom	Académie	Corps
ABDAT	Farid	CRÉTEIL	PROFESSEUR CERTIFIÉ
ADJEDJ	Audrey	VERSAILLES	PROFESSEURE CERTIFIÉE
BESSE	Sylvia	VERSAILLES	PROFESSEURE CERTIFIÉE
BRIONNE	Marie Pascale	RENNES	PROFESSEURE CERTIFIÉE
CAHART	Pascale	CAEN	PROFESSEURE AGRÉGÉE
CATULI	Gilles	PARIS	PROFESSEUR AGRÉGÉ
COTTENET	Valérie	PARIS	PROFESSEURE CERTIFIÉE
PESEZ	Anne-Lise	LILLE	PROFESSEURE CERTIFIÉE
DUBOIS	Laurent	CAEN	PROFESSEUR AGREGÉ
HIMMI	Imane	CAEN	PROFESSEURE CERTIFIÉE
ISIDRO	Marc	MONTPELLIER	PROFESSEUR AGREGÉ
QUEFFELEAN-DEMEURE	Annie	RENNES	PROFESSEURE CERTIFIÉE
LAGAILLARDIE	Laurent	BORDEAUX	PROFESSEUR AGRÉGÉ
PANDOLFI	Edwige	VERSAILLES	PROFESSEURE CERTIFIÉE
PIROLA	Jean-Luc	BORDEAUX	PROFESSEUR AGRÉGÉ
SAIDJ	Nathalie	CRETEIL	PROFESSEURE CERTIFIÉE
THOUMIN BERTHAUD	Séverine	DIJON	PROFESSEURE AGRÉGÉE
VANDEL	Franck	LYON	PROFESSEURE AGRÉGÉE
VIARD	Sandrine	RENNES	PROFESSEURE CERTIFIÉE
VIRGO	Corinne	BORDEAUX	PROFESSEURE CERTIFIÉE

STATISTIQUES GÉNÉRALES

ÉVOLUTION 2012-2014

	2012		2013		2014	
	CAPET	CAER	CAPET	CAER	CAPET	CAER
Inscrits	379	120	418	418	354	146
Présents	102	50	103	103	113	66
Admissibles	18	18	20	20	18	16
Admis	6	6	8	8	8	7
Postes budgétaires	6	6	8	8	8	7
Moyenne générale des admis	13,28	14,78	14,29	14,88	12,56	15,14

RÉSULTATS DE LA SESSION 2014

	CAPET Interne	CAER
Inscrits	354	146
Présents	113	66
Admissibles	18	16
Présents	14	15
Moyenne obtenue par l'ensemble des candidats	10,06	11,03
Moyenne obtenu par les admissibles	14,08	14,28
Moyenne obtenue à l'épreuve d'admission par l'ensemble des candidats admissibles	10,21	12,87
Moyenne obtenue à l'épreuve d'admission par les seuls candidats admis	11,88	15,57
Nombre de candidats admis	8	7

Première partie : L'ÉPREUVE ECRITE D'ADMISSIBILITÉ : LE DOSSIER RAEP

1) PRÉSENTATION GÉNÉRALE

Conformément à l'arrêté du 27 avril 2011 (publication au journal officiel du 3 mai 2011), le dossier de reconnaissance des acquis de l'expérience professionnelle (RAEP) est exigé pour l'épreuve d'admissibilité. Ce dossier personnel de 8 pages maximum, constitué par le candidat, comporte obligatoirement deux parties¹:

- « Dans une première partie (2 pages dactylographiées maximum), le candidat décrit les responsabilités qui lui ont été confiées durant les différentes étapes de son parcours professionnel, dans le domaine de l'enseignement, en formation initiale (collège, lycée, apprentissage) ou, le cas échéant, en formation continue des adultes ».
- « Dans une seconde partie (6 pages dactylographiées maximum), le candidat développe plus particulièrement, à partir d'une analyse précise et parmi ses réalisations pédagogiques dans la discipline concernée par le concours, celle qui lui paraît la plus significative, relative à une situation d'apprentissage et à la conduite d'une classe qu'il a eue en responsabilité, étendue, le cas échéant, à la prise en compte de la diversité des élèves, ainsi qu'à l'exercice de la responsabilité éducative et à l'éthique professionnelle. Cette analyse devra mettre en évidence les apprentissages, les objectifs, les progressions ainsi que les résultats de la réalisation que le candidat aura choisie de présenter ».

Annexés à son dossier, le candidat a la possibilité de joindre deux documents ou travaux, maximum, produits dans le cadre de la réalisation pédagogique présentée.

Les candidats doivent **obligatoirement joindre à leur dossier de RAEP**, la page de garde et la fiche de renseignements téléchargeables sur le site du ministère dans l'espace « concours-recrutement » : <http://www.education.gouv.fr/cid4929/nouvelle-epreuve-d-admissibilite-de-certains-concours-internes.html>

2) REMARQUES DU JURY

Le dossier de RAEP doit permettre au candidat de mettre en valeur son parcours professionnel, les éléments de son expérience qui témoignent de son implication dans l'exercice de son métier, ainsi que de la pertinence de sa réflexion didactique et pédagogique.

Le contenu présenté doit permettre au jury d'apprécier les compétences professionnelles du candidat en référence aux compétences que les professeurs doivent maîtriser pour l'exercice de leur métier publiées au bulletin officiel n°30 du 25 juillet 2013²) :

Compétences communes à tous les professeurs et les personnels d'éducation, acteurs du service public d'éducation

- Faire partager les valeurs de la République

¹Le texte ci-dessous est extrait de l'annexe 2 de l'arrêté du 27 avril 2011

²Document disponible sur le site du Ministère de l'Education Nationale

- Inscrire son action dans le cadre des principes fondamentaux du système éducatif et dans le cadre réglementaire de l'école

Compétences communes à tous les professeurs et les personnels d'éducation, pédagogues et éducateurs au service de la réussite de tous les élèves

- Connaître les élèves et les processus d'apprentissage
- Prendre en compte la diversité des élèves
- Accompagner les élèves dans leur parcours de formation
- Agir en éducateur responsable et selon des principes éthiques
- Maîtriser la langue française à des fins de communication
- Utiliser une langue vivante étrangère dans les situations exigées par son métier
- Intégrer les éléments de la culture numérique nécessaires à l'exercice de son métier

Compétences communes à tous les professeurs et les personnels d'éducation, acteurs de la communauté éducative

- Coopérer au sein d'une équipe
- Contribuer à l'action de la communauté éducative
- Coopérer avec les parents d'élèves
- Coopérer avec les partenaires de l'école
- S'engager dans une démarche individuelle et collective de développement professionnel

Compétences communes à tous les professeurs, professionnels porteurs de savoirs et d'une culture commune

- Maîtriser les savoirs disciplinaires et leur didactique
- Maîtriser la langue française dans le cadre de son enseignement

Compétences communes à tous les professeurs, praticiens experts des apprentissages

- Construire, mettre en œuvre et animer des situations d'enseignement et d'apprentissage prenant en compte la diversité des élèves
- Organiser et assurer un mode de fonctionnement du groupe favorisant l'apprentissage et la socialisation des élèves
- Évaluer les progrès et les acquisitions des élèves

BOEN n°30 du 25 juillet 2013

La lecture de ce BOEN est nécessaire pour se remémorer l'étendue et la diversité du métier d'enseignant et donner aux candidats une grille d'analyse de leur parcours professionnel. C'est donc un outil au service d'un regard réflexif sur sa pratique, outil qui ne présente toutefois pas un caractère exclusif.

La présentation à un concours de recrutement est un investissement important. La réussite suppose une préparation planifiée et implique le respect des recommandations proposées dans ce rapport de jury.

Il est conseillé aux candidats de lire avec attention les textes officiels définissant l'épreuve afin d'orienter la rédaction du dossier et de se rapprocher le plus possible des attentes du jury, exprimées, notamment, au travers des six critères d'évaluation (voir partie 4 « Commentaires du jury »).

2-1 REMARQUES GLOBALES SUR LA FORME DU DOSSIER RAEP

Les meilleurs dossiers présentent les qualités de forme suivantes :

- une structure très claire et apparente avec des titres porteurs de sens,
- une syntaxe et une orthographe irréprochables, des règles de ponctuation respectées,
- des sources de supports pédagogiques bien précisées,
- des choix d'annexes pertinentes au regard de la séquence présentée,
- un respect des consignes : nombre de pages (2+6), pagination, respect des interlignes, marges, police (se référer au B.O.),
- un dossier relié (pour en faciliter la Manipulation) et paginé.

2-2. LA PREMIÈRE PARTIE DU DOSSIER

Cette première partie, sur deux pages maximum, a pour objectif de permettre au jury de comprendre le parcours professionnel des candidats et les compétences acquises.

Cette partie doit présenter, clairement, la formation initiale (diplômes ou qualifications obtenues), la formation continue et le parcours professionnel (en entreprise et/ou dans l'éducation).

La lecture de cette partie doit permettre de comprendre facilement la cohérence du parcours et les compétences développées au regard des qualités attendues d'un enseignant en économie et gestion, option mercatique.

Les expériences d'enseignement doivent être décrites précisément, en indiquant le statut professionnel, le type d'établissements d'exercice et les services (matières) assurés au moment de la constitution du dossier, avec l'intitulé exact de la classe, ses caractéristiques, et l'intitulé de la discipline enseignée.

Les expériences en entreprise doivent être décrites quant à leur contenu et les compétences acquises pouvant être réinvesties dans la pratique d'enseignant.

Les expériences de la vie associative participent à la richesse des compétences des candidats et peuvent donc apparaître dans cette partie.

2-3 LA DEUXIÈME PARTIE DU DOSSIER

Sur le fond et la structure du document

Il s'agit, dans cette seconde partie, de choisir et de présenter une séquence personnelle de formation correctement dimensionnée pour mettre en valeur les compétences attendues.

La présentation structurée doit permettre de connaître l'environnement dans lequel le candidat élabore sa proposition pédagogique, ses objectifs, les moyens et les supports utilisés avec les élèves.

Les dossiers des candidats admissibles proposent des situations d'enseignement contextualisées, inscrites dans une progression pédagogique. La démarche pédagogique choisie doit être articulée et argumentée avec cohérence afin de démontrer une maîtrise des contenus scientifiques et techniques (inscrits dans le champ de la spécialité du concours). Cette démarche permet d'illustrer la réflexion pédagogique et didactique du candidat.

Le jury a regretté :

- un manque de précision sur le parcours professionnel et/ou personnel du candidat,
- des dossiers souvent plus descriptifs qu'analytiques, ne faisant pas ressortir les choix des candidats,
- une insuffisante didactisation des séances (contexte de l'enseignement, pré-requis),
- un manque de recul et de justification des choix pédagogiques,
- une approche théorique insuffisamment explicitée,
- des propositions qui s'arrêtent à la déclaration d'intention sans présentation de la mise en œuvre pédagogique,
- un manque de créativité pédagogique, et de productions personnelles,
- des annexes non didactisées qui n'illustrent pas, dans la majorité des cas, la proposition de séquences,
- des supports mal adaptés et trop anciens,
- l'utilisation des manuels sans justification ni regard critique,
- des séquences souvent réalisées dans d'autres filières et qui ne sont pas transposées en STMG ou en STS.

Les meilleurs dossiers présentent les qualités suivantes :

- ils s'appuient sur des séquences bien travaillées avec des retours pertinents des élèves,
- ils présentent des activités très bien liées à la spécialité,
- ils intègrent bien le numérique dans les activités pédagogiques proposées,
- enfin pour les enseignants intervenant en lycée professionnel, ils témoignent

d'une volonté de transfert au niveau des formations technologiques pré-baccalauréat ou bien en BTS.

Les niveaux de réflexion et d'analyse attendus sont les suivants :

- dans le travail didactique préalable, la prise en compte du profil et des besoins des élèves, la maîtrise des concepts scientifiques et techniques, la cohérence avec le programme ou le référentiel concerné, le choix des documents supports avec le souci d'adaptation du contenu au niveau des élèves,
- lors de la présentation des choix pédagogiques : l'argumentation, la justification et l'articulation des moyens, les outils (la mobilisation des TICE est indispensable) et les supports mobilisés,
- à l'occasion d'une prise de recul sur la séance effectuée une auto-évaluation, ainsi que des propositions de remédiation et d'actions correctrices.

Cette seconde partie nécessite une structure importante pouvant permettre :

- d'identifier clairement les étapes de la démarche didactique et pédagogique,
- de mettre en valeur la réflexion et l'analyse,
- d'articuler les 6 pages et les annexes. Pour cela, les documents ou travaux annexés sont concis, précis et doivent être en lien direct avec la séquence de formation présentée,
- de faciliter la lecture par des liens, des renvois, des commentaires associés aux tableaux, aux annexes, aux sources et aux références utilisées.

Sur la forme du document

Le document doit être bien structuré et mettre en valeur les éléments soulignés par le candidat à travers des paragraphes aérés, des titres porteurs de sens, une présentation qui communique le professionnalisme et la rigueur du candidat.

La clarté, la maîtrise de la langue, la qualité de l'expression et la maîtrise de l'orthographe et de la syntaxe sont des pré-requis indispensables pour la réalisation d'un dossier de recrutement de professeurs de lycée général et technologique.

Par ailleurs, les règles formelles doivent être respectées : elles sont restrictives (2 pages pour la première partie, 6 pages pour la seconde) et doivent inviter le candidat à la concision. En deçà du nombre de pages maximum, l'exposé de la proposition pédagogique risque de ne pas être assez précis.

Les éléments d'authentification administratifs (tampon, signature du proviseur) doivent apparaître pour valider la recevabilité du dossier.

3) LES COMMENTAIRES DU JURY

Le CAPET interne économie et gestion option marketing vise à recruter des professeurs dont la vocation est d'enseigner en classe de première STMG, de terminale STMG et en

classe de brevet de techniciens supérieurs.

Si une majorité de candidats exerce le métier d'enseignant (contractuels, PLP...), d'autres n'ont pas d'expérience d'enseignement (expérience de surveillance, emploi en dehors de l'Éducation Nationale et de l'Enseignement Supérieur...) ou sont issus d'autres niveaux d'enseignement que le secondaire (professeurs des écoles, ...). Il leur appartient alors de montrer en quoi leur parcours leur a permis de construire des compétences particulières, une identité professionnelle qui leur permettent d'exercer efficacement le métier de professeur d'économie gestion commerciale.

Le jury tient, à ce propos, à préciser qu'aucune corrélation ne peut être établie entre le parcours des candidats et les résultats à l'admissibilité.

En conséquence, le jury attend des candidats :

- qu'ils s'interrogent sur la valeur ajoutée pédagogique de la séquence et des outils proposés,
- qu'ils soient concepteurs de leur séquence et annexes pédagogiques,
- qu'ils fassent un effort de rédaction, de structuration, et de relecture (orthographe et syntaxe),
- qu'ils cherchent à concrétiser la séquence en explicitant la démarche, le déroulement, les enchaînements : le candidat ne doit pas oublier d'être acteur dans la séquence, donc expliquer son rôle,
- qu'ils fassent des propositions contextualisées par rapport à la taille de la classe et les moyens disponibles,
- qu'ils effectuent des choix d'activités en lien avec les programmes les plus récents et pertinents,
- qu'ils prennent du recul et qu'ils justifient leur argumentation pédagogique et didactique,
- qu'ils fournissent un effort d'analyse réflexive des résultats des séquences et de remédiation des situations proposées,
- qu'ils fassent référence à des annexes pertinentes, utiles à la séquence présentée, et synthétisées,
- qu'ils insèrent des renvois aux annexes pour faciliter le repérage du jury,
- qu'ils utilisent à bon escient les notes de bas de page et les citations des auteurs,
- qu'ils se distancient davantage des manuels ou d'autres sources, avec un regard critique et un esprit d'analyse,
- qu'ils intègrent le numérique de manière pertinente dans les activités présentées,
- qu'ils s'appuient sur l'évaluation pour mettre en œuvre une médiation et une pédagogie différenciée,
- qu'ils fassent un réel effort de transposition de situations empruntées à la pratique professionnelle vers la voie technologique,
- que les dossiers déjà présentés les années antérieures soient retravaillés et actualisés,

- si la séquence n'est pas dans la spécialité de la voie technologique, les jurys attendent une transposition de la situation pédagogique dans les programmes STMG et STS.

Le jury propose, pour certains candidats qui n'interviennent pas en voie technologique, de tester leur proposition pédagogique auprès d'une classe de 1ère, Terminale ou STS après accord du chef d'établissement et de l'enseignant de la classe.

L'arrêté de 2011 définit l'épreuve des perspectives de réflexion et d'auto-analyse de leur action : conditions du suivi individuel ou personnalisé des élèves, aide au travail personnel, utilisation des technologies de l'information et de la communication au service des apprentissages, contribution au processus d'orientation et d'insertion des jeunes.

Pour les candidats admissibles, le jury pourra d'ailleurs demander des compléments d'information au moment de l'épreuve orale s'il souhaite revenir sur le dossier.

Tous ces conseils, remarques, mises en garde formulées par le jury prennent sens à la lecture des critères d'évaluation des dossiers RAEP (Arrêté du 27 avril 2011) :

- la pertinence du choix de l'activité décrite,
- la maîtrise des enjeux scientifiques et techniques, didactiques et pédagogiques de l'activité décrite,
- la structuration du propos,
- la prise de recul dans l'analyse de la situation exposée,
- la justification argumentée des choix pédagogiques opérés,
- la qualité de l'expression et la maîtrise de l'orthographe et de la syntaxe.

La maîtrise des enjeux scientifiques constitue l'un des critères importants de l'évaluation du dossier. S'agissant d'un concours interne de recrutement d'enseignants, ces enjeux sont à relier aux dimensions pédagogiques et didactiques de la situation exposée.

Il est indispensable enfin que les candidats consultent le BOEN définissant l'épreuve afin d'en maîtriser les contours et lisent attentivement le rapport du jury pour s'imprégner des attentes du jury. Il va de soi enfin qu'ils sont invités à suivre, quand elles sont proposées en académie, les préparations à la constitution du dossier RAEP.

Deuxième partie : L'ÉPREUVE ORALE D'ADMISSION

L'EXPLOITATION PÉDAGOGIQUE D'UN THÈME DANS L'OPTION CHOISIE

1) STATISTIQUES

	CAPET	CAER
Candidats présents	14	15
Candidats absents	04	01
Moyenne à l'épreuve d'admission des candidats non éliminés	10,21	12,87
Notes inférieures à 10	7	3
Notes supérieures ou égales à 10	7	12
Moyenne à l'épreuve d'admission des candidats admis	11,88	15,57

Répartition des notes (en valeur absolue et en pourcentage) :

N<5	5=<N<8	8=<N<10	10=<N<12	12=<N<14	N>=15
0	0	11	5	5	8
0	0	37,93	17,24	17,24	27,58

2) DÉFINITION DE L'ÉPREUVE (arrêté du 27/04/2011 publié au JO du 03/05/2011)

- Préparation : 3 heures.
- Durée : 1 heure 10 minutes maximum (dont exposé de 40 minutes au maximum, un entretien de 20 minutes maximum, un échange sur le dossier RAEP de 10 minutes maximum)
- Coefficient : 2

Définition :

Le thème porte sur l'économie générale et/ou l'économie d'entreprise et/ou le droit et/ou les sciences de gestion et les techniques correspondant à l'option choisie.

L'épreuve comprend un exposé et un entretien avec le jury. Elle vise à apprécier :

- l'aptitude du candidat à communiquer oralement ;
- sa capacité à définir des objectifs de formation à structurer un cours, à organiser une séquence d'activités, à mettre en place des pratiques d'évaluation adaptées ;
- sa connaissance des secteurs d'activité et des métiers, des évolutions technologiques et organisationnelles en relation avec l'option choisie ;
- sa connaissance des programmes de la discipline et son aptitude à adapter son enseignement à leur finalité ;
- ses facultés à prendre en compte son enseignement au contexte donné en annexe et aux évolutions technologiques : outils et utilisation notamment de supports numériques.

3) PRÉSENTATION GÉNÉRALE DE L'ÉPREUVE

Les sujets proposés à la session 2014 sont :

- « Fidéliser ou conquérir, l'entreprise doit-elle choisir ? »
- « La mercatique cherche-t-elle à répondre aux besoins des consommateurs ou à les influencer ? »

Ils sont accompagnés :

- d'une annexe présentant le contexte d'enseignement
- d'une annexe scientifique.

Sur la première page, figurent le thème et les attendus à partir desquels le candidat doit construire son exposé. Le jury invite les candidats à lire attentivement ces consignes.

En outre, pendant les trois heures de préparation, les candidats disposent de la partie du programme ou du référentiel correspondant au sujet (indications générales, thèmes, sens et portée de l'étude, notions et contenus à construire, indications complémentaires). Ce document permet de délimiter le champ des apprentissages. Les programmes concernés sont les programmes en vigueur au 1^{er} janvier de l'année de la session du concours. De même, le candidat peut se munir des sources, supports et outils qu'il juge nécessaires et dont il pourra disposer lors de sa préparation et de son exposé. Toutefois, la connexion à Internet, ainsi que l'accès à une imprimante et à une alimentation électrique ne sont pas autorisés (voir note au candidat en annexe.....).

L'exploitation pédagogique des thèmes a eu pour la session 2014 pour cadre la classe de terminale sciences et technologies du management et de la gestion (STMG)

spécialité mercatique, mais il est également demandé aux candidats de prolonger la réflexion vers les sections de techniciens supérieurs du champ commercial inscrites au programme du concours (BTS Management des unités commerciales, Négociation relation client, Commerce international), ou éventuellement les STS communication ou technico-commercial.

4) DÉROULEMENT DE L'ÉPREUVE

Le candidat présente durant 40 minutes au maximum l'exploitation pédagogique du thème proposé. Les notions et les capacités à faire acquérir aux élèves sont indiquées sur le sujet. Le candidat doit nécessairement traiter tous les points suivants :

- les objectifs poursuivis ;
- la place de la proposition dans sa progression pédagogique ;
- le déroulement envisagé ;
- les modalités d'exploitation des documents sélectionnés ;
- les supports, les outils utilisés, notamment les outils numériques ;
- la réponse apportée à la question de gestion posée ;
- la ou les évaluations prévues ;
- les transversalités envisageables ;
- les aspects qu'il juge utiles de présenter ;
- et en conclusion l'explication des différentes approches complémentaires nécessaires pour aborder le thème dans une section de techniciens supérieurs de son choix.

Un entretien avec le jury permet ensuite, durant 20 minutes au maximum, d'obtenir les précisions nécessaires sur les points suivants :

- l'exploitation pédagogique : objectifs de formation, pratiques pédagogiques, contenus disciplinaires, modalités d'évaluation ;
- la connaissance de l'environnement professionnel : évolution des métiers, environnement technologique, évolutions organisationnelles ;
- la connaissance de la discipline : connaissance des programmes et des référentiels, transversalités, adaptation à la finalité de la formation ;
- la capacité à intégrer dans sa pratique pédagogique le travail en équipe et l'utilisation des supports numériques.

Un échange avec le jury vise enfin, durant 10 minutes au maximum, à apprécier la capacité du candidat à expliciter des éléments figurant dans son dossier de RAEP et à réinvestir son expérience professionnelle dans sa pratique pédagogique.

Ces deux temps d'échange avec le jury sont aussi l'occasion d'évaluer les qualités de communication attendues dans ce type d'épreuve et considérées comme fondamentales pour un enseignant en exercice : structuration, écoute, analyse réflexive, conviction, enthousiasme...

Remarque importante : le jury rappelle aux candidats qu'ils doivent se munir, lors de

l'exposé oral, d'un exemplaire non annoté de leur dossier de RAEP.

5) OBSERVATIONS DES MEMBRES DU JURY

Le jury a apprécié chez les meilleurs candidats :

Lors de l'exploitation pédagogique (40 minutes) :

- une bonne prise en compte du contexte d'enseignement ;
- une bonne compréhension de la logique de construction du programme de la classe de Terminale Sciences et Technologies du management de la Gestion « Spécialité Mercatique » qui permet de définir des objectifs pédagogiques pertinents, de cerner les champs d'intervention et d'adapter la proposition pédagogique au public visé défini dans le contexte proposé dans le sujet ;
- une valorisation dans ce programme de la colonne « contexte et finalités » ;
- une maîtrise des modalités de l'évaluation certificative ;
- la démarche technologique (méthode inductive) ;
- une exploitation pédagogique claire, structurée et répondant de manière exhaustive aux items indiqués dans le sujet ;
- une maîtrise des savoirs scientifiques, préalable à la construction de toute séquence pédagogique ;
- une justification précise des choix pédagogiques ;
- l'utilisation de supports didactisés, supports proposés par le candidat (textes, images, vidéos...) et / ou fournis dans le sujet, exploités tel quel ou modifiés ;
- une intégration réfléchie et argumentée des outils numériques dans la séquence pédagogique ;
- la capacité à favoriser une implication des élèves dans la construction de leurs savoirs jusqu'à la conceptualisation ;
- les prolongements en sections de techniciens supérieurs ;
- le souci d'établir des transversalités avec les programmes de droit, d'économie et de management des organisations des classes de première et de terminale ;
- de réelles compétences en communication écrite et orale, indispensables pour un enseignant : gestion du temps, structuration du propos ;
- une bonne connaissance de l'environnement professionnel ;
- une bonne interaction avec le jury.

Lors de l'entretien et l'échange avec la commission d'interrogation (30 minutes) :

- l'explicitation et la justification des choix didactiques et pédagogiques proposés tant dans l'exploitation pédagogique que dans le dossier de RAEP ;
- la précision des réponses aux questions posées ;
- Les capacités d'écoute et la prise de recul du candidat sur ses propositions

et ses pratiques pédagogiques ;

- la mise en œuvre de qualités personnelles au service de l'enseignement : qualités relationnelles, réactivité au questionnement, implication, dynamisme, empathie ;
- la mobilisation des acquis du parcours professionnel pour répondre aux questions posées.

Le jury a regretté pour certains candidats :

Lors des 40 minutes d'exploitation pédagogique :

- la méconnaissance de la filière Sciences et Technologie du Management et de la Gestion et des programmes de la classe de terminale « mercatique », conduisant à la fixation d'objectifs incertains et/ou inadaptés aux notions à construire ;
- la méconnaissance des modalités de l'évaluation certificative ;
- les difficultés à formuler et à intégrer les questions de gestion dans la proposition pédagogique ;
- l'ignorance des démarches pédagogiques caractéristiques de l'enseignement technologique, de l'observation à l'analyse puis à la conceptualisation ;
- la formulation d'intentions sans mise en œuvre pédagogique concrète ;
- le manque de structuration et de logique pédagogique tant dans l'exposé que dans la séquence proposée ;
- la présentation confuse des progressions pédagogiques proposées ;
- la difficulté à didactiser les documents proposés en annexe en fonction des objectifs retenus ;
- l'insuffisante prise en compte du contexte d'enseignement ;
- la difficulté à créer et à présenter des supports adaptés aux finalités de la formation ;
- le manque d'illustrations et de contextualisation ;
- les propositions d'utilisation insuffisantes, inadaptées ou non justifiées des outils numériques dans le cadre de la proposition pédagogique retenue ;
- le manque de connaissances et de réflexion quant aux transversalités envisageables dans le cycle de formation (économie, droit, management des organisations) ;
- l'absence de réflexion sur la place que doit prendre l'évaluation, quelles qu'en soient ses formes, dans la séquence proposée ;
- la mauvaise utilisation du temps imparti.

Lors de l'entretien et l'échange avec la commission d'interrogation (30 minutes) :

- le manque de pertinence des réponses aux questions posées, la tendance aux digressions et redondances ;

- le manque d'analyse réflexive ;
- la fragilité des connaissances dans le champ de la mercatique ;
- le défaut de maîtrise du contenu du dossier de RAEP ;
- la difficulté à analyser, à prendre du recul sur les choix pédagogiques ou didactiques ainsi qu'à proposer des axes d'amélioration sur la séquence proposée lors de l'exploitation pédagogique ou dans le dossier de RAEP ;
- la communication verbale et non-verbale inadaptée ;
- le manque d'empathie.

Le jury conseille aux candidats de :

Lors des 40 minutes d'exploitation pédagogique :

- utiliser pleinement les 40 minutes mises à leur disposition pour détailler leur proposition ;
- connaître les programmes et le document « repères pour la formation » de la filière Sciences et Technologie du Management et de la Gestion, afin de pouvoir fixer des objectifs adaptés aux notions à construire ;
- énoncer clairement et de manière exhaustive et précise les connaissances et capacités méthodologiques visées, en adéquation avec le sujet posé et le programme ;
- considérer le contexte d'enseignement ;
- formuler clairement les questions de gestion ;
- définir explicitement les objectifs pédagogiques et s'assurer de leur adaptation aux élèves du niveau de formation ;
- présenter avec rigueur et clarté leur réflexion didactique et pédagogique, indispensable pour déboucher sur une proposition opérationnelle et argumentée. Le candidat peut par exemple s'interroger sur l'opportunité de proposer aux élèves l'annexe scientifique, ainsi que sur la pertinence de proposer des supports complémentaires qui dans ce cas doivent être clairement exposés ;
- préciser, pour chaque consigne donnée aux élèves dans le cadre de la proposition didactique et pédagogique, les réponses attendues afin de démontrer clairement la pertinence de ces consignes au regard de l'objectif pédagogique visé ;
- présenter des documents didactisés lors des trois heures de préparation, afin de justifier la pertinence du travail demandé aux élèves ;
- produire des éléments tangibles et concrets sur l'ensemble de la séquence y compris l'évaluation ;
- compléter par des propositions éventuelles de remédiation à formuler en fonction des attendus ;
- justifier les propositions d'utilisation d'outils numériques afin qu'ils soient pertinents au regard des propositions pédagogiques formulées par le candidat ;

- intégrer une ou plusieurs formes d'évaluation dans l'exposé en justifiant leur forme et leur intérêt, dans le respect du programme ;
- formuler les prolongements de la séquence en STS en prenant en compte les différences entre programmes et référentiels.

Lors de l'entretien et l'échange avec la commission (30 minutes) :

- écouter avec attention et ouverture le questionnement de la commission afin de fournir des réponses précises, concises et argumentées ;
- faire preuve d'une attitude courtoise envers la commission d'interrogation qui n'a d'autre souci que de déceler et de valoriser les compétences acquises par le candidat au cours de son parcours professionnel ;
- faire preuve d'analyse critique et de recul quant à la démarche pédagogique envisagée, l'approche didactique retenue et les supports proposés tant dans l'exploitation pédagogique présentée que dans le dossier de RAEP.

De manière générale :

Le jury rappelle au candidat qu'il ne peut y avoir de proposition pédagogique pertinente sans une maîtrise démontrée des savoirs scientifiques requis.

Le jury attire l'attention du candidat sur la nécessité de préparer rigoureusement l'épreuve orale du concours en ayant une bonne connaissance des programmes et des conditions de certification des classes de première ou terminale technologiques.

Le candidat doit également s'imprégner des référentiels des sections de techniciens supérieurs de la filière commerciale (BTS Management des Unités Commerciales, Négociation Relation Client, Commerce International, éventuellement Communication ou Technico-commercial) afin d'envisager les prolongements possibles de la proposition pédagogique dans ces formations.

La réussite au concours interne économie gestion option marketing destine les lauréats à enseigner principalement en série technologique tertiaire. S'il n'est pas nécessaire pour réussir le concours d'y avoir déjà enseigné, il est en revanche indispensable de s'informer et de se familiariser avec les spécificités de la voie technologique, tant en termes de publics que de contenus et de démarches pédagogiques à mettre en œuvre. Ce travail conditionne la capacité du candidat à mettre en perspective ses compétences professionnelles acquises, quels qu'en soient les contextes, avec son futur univers professionnel. Il permet également au candidat de prendre le recul nécessaire à la mise en œuvre d'une démarche pédagogique pertinente.

La préparation au concours implique également la lecture d'ouvrages scientifiques et de revues spécialisées dans le domaine de la mercatique. Les candidats doivent en effet faire preuve d'une réelle maîtrise scientifique et technique des contenus à enseigner ; les approximations, les méconnaissances ne sont pas acceptables. Une bonne culture en économie, droit et management est aussi nécessaire.

Par ailleurs, un échange de dix minutes avec le jury porte sur le dossier de RAEP, support à l'épreuve d'admissibilité. Les candidats doivent le relire avec soin afin de se réapproprier son contenu et être en capacité de répondre aux questions

posées par le jury.

Enfin, la capacité à communiquer est pour un enseignant une qualité indispensable à laquelle le jury est très sensible. Elle passe par une expression orale soignée, un vocabulaire précis, une élocution claire et convaincante, une capacité à se détacher de ses notes, une posture adaptée à une situation d'enseignement.

Document 1 : Note à l'attention des candidats admissibles aux concours internes des CAPET et CAER section Économie et gestion, toutes options.

Cette note a pour objet de préciser les conditions de déroulement de l'épreuve d'admission pour la session 2014.

Rappel : les épreuves des concours internes sont définies dans l'arrêté du 19 avril 2013, publié au JORF n°0099 du 27 avril 2013 annexe II).

Déroulement de l'épreuve

Au cours des trois heures de préparation, le candidat peut consulter tous les documents dont il s'est muni dans la perspective de l'épreuve (y compris des ouvrages de références et des manuels scolaires). Il peut aussi utiliser son propre équipement numérique à l'exclusion de toute fonction de communication, dès lors que celui-ci dispose d'une alimentation électrique autonome.

La connexion au réseau Internet ou à tout autre réseau étendu (WAN) ou local (LAN), par tout procédé, est strictement interdite et sera considérée comme une tentative de fraude. Enfin aucune impression ne pourra être réalisée.

L'utilisation de l'équipement numérique est autorisée lors de la présentation et de l'entretien avec le jury. La disponibilité d'un matériel de vidéo-projection n'est pas assurée, de même que sa compatibilité avec l'équipement personnel du candidat.

Documents 2 et 3 : Sujets de l'épreuve d'admissibilité

CAPET INTERNE ÉCONOMIE ET GESTION

Option Marketing

Session 2014

ÉPREUVE ORALE D'ADMISSION

Préparation : 3 heures

(Exposé : 40 minutes - Entretien : 30 minutes maximum)

En prenant appui sur vos connaissances et votre expérience, sur les annexes jointes (cf. annexes 1 et 2) et les documents de votre choix, vous proposerez une exploitation pédagogique de la question de gestion suivante :

« Fidéliser ou conquérir, l'entreprise doit-elle choisir ? »

Vous veillerez à faire construire les trois notions suivantes :

- **Stratégie de fidélisation (induite/recherchée),**
- **Programmes de Fidélisation,**
- **Gestion de la Relation Client (Customer Relationship Management)**

Vous serez également attentifs à l'acquisition par les élèves des capacités associées suivantes :

- **Présenter les enjeux d'une stratégie de fidélisation donnée ;**
- **Justifier la cible retenue à partir d'indicateurs fournis ;**
- **Analyser les outils de fidélisation et d'en déduire le type de programme de fidélisation ;**
- **Identifier les moyens de collecte, de stockage et d'exploitation des informations sur la clientèle et d'apprécier la pertinence globale de la démarche**

Vous exposerez notamment :

- les objectifs pédagogiques que vous vous assignez,
- la place de votre proposition dans votre progression pédagogique,
- le déroulement envisagé pour la séquence proposée,
- les liens avec les notions et concepts étudiés en Sciences de gestion en classe de première STMG,
- les documents sélectionnés et leurs modalités d'exploitation avec le groupe classe,
- les supports et les outils utilisés, notamment les outils numériques, pour construire les notions associées à la question de gestion,
- la réponse apportée à la question posée,
- l'évaluation des capacités associées à la question de gestion,
- les approches et les apports complémentaires nécessaires pour aborder cette question de gestion dans une section de technicien supérieur de votre choix (MUC, NRC ou CI),
- les autres aspects que vous jugerez utiles de présenter.

Annexe 1 : Le contexte d'enseignement

Vous enseignez dans un établissement (lycée polyvalent de 256 élèves) situé sur le littoral dans une petite ville touristique de 8000 habitants à proximité d'un grand port européen et pôle industriel d'où un environnement commercial varié. La classe de Terminale STMG mercatique (seule cette option est proposée) est composée de 17 élèves. La classe a le profil suivant : 5 filles et 12 garçons. 10 élèves sont motivés, très réactifs à l'oral (avec une tendance à la dispersion) et ont des difficultés de conceptualisation ; 5 ont choisi la section par défaut, témoignent de peu d'intérêt pour la spécialité et sont passifs. Tous ont un point commun, un attachement fort à leur territoire.

Vous en êtes le professeur principal, en charge de l'enseignement de la spécialité mercatique, mais également de l'accompagnement personnalisé (1h). La classe dispose d'un manuel pour cet enseignement.

Vous dispensez les 6 heures d'enseignement dans une salle banalisée disposant d'un poste informatique connecté à Internet et d'un vidéoprojecteur (deux heures le lundi de 10h30 à 12h30, le mercredi de 8h30 à 10h30 et le jeudi de 16h00 à 18h00). Vous avez la possibilité de réserver une salle informatique de 24 postes. L'établissement est doté d'un espace numérique de travail.

Annexe 2 Approche conventionnaliste des programmes de fidélisation (extraits) *Recherche et Applications en Marketing*, vol. 27, n° 4/2012

ANALYSE DES PRINCIPALES CARACTERISTIQUES DES PROGRAMMES DE FIDELISATION	
TYPES DE PROGRAMME	DESCRIPTIF
Mono-enseigne	Les programmes mono-enseigne sont gérés par une seule entreprise et sont actuellement les plus Fréquents
Multi-enseigne ou mutualisés	Plusieurs enseignes proposent ensemble le même programme de fidélisation dont elles partagent les coûts de gestion (exemple : S'Miles, Mouvango, Maximiles)... Plus récemment, une nouvelle forme de partenariat vise à regrouper des enseignes autour d'un programme de fidélisation à visée communautariste ou « localiste » (exemple : Poitiers, Dijon, Annecy, Versailles, etc.)
SUPPORT DU PROGRAMME	DESCRIPTIF
Programme de fidélisation sans support carte	Les instruments de contacts sont les <i>mailing lists</i> , <i>newsletters</i> , magazines, sites Internet, numéros vert, blogs, forums, et les réseaux sociaux
Programme de fidélisation avec support carte	La carte peut être gratuite ou payante, cartonnée, à puce ou virtuelle. Elle présente trois fonctions possibles : la fidélisation, le paiement, le crédit
NATURE DU PROGRAMME	DESCRIPTIF
Programme de récompense	Le programme gratifie tous les adhérents dès lors qu'ils atteignent un seuil défini (un nombre de points cumulés, etc.) et s'adapte aux efforts fournis par le client.
Programme de reconnaissance	Le programme segmente les clients selon la valeur qu'ils apportent à l'entreprise, leur rentabilité actuelle ou potentielle, et réserve un traitement préférentiel et modulé aux niveaux les plus rentables qui contribuent de manière significative au CA. Exemples : Sephora, Fnac, Air France
NATURE DE LA GRATIFICATION	DESCRIPTIF
Gratification économique utilitaire (immédiate ou différée)	Cette gratification apporte au client deux types de valeurs : une valeur utilitaire et une valeur hédonique Exemples : réductions de prix, coupons de réductions, bons d'achats, chèques cadeau, etc.
Gratification sous forme de services et traitement préférentiel (immédiate ou différée)	Cette gratification apporte au client deux types de valeurs : une valeur de reconnaissance et une valeur hédonique Exemples : invitations à des avant-premières, carte d'anniversaire, service de livraison, caisses prioritaires, etc.
Comparaison des gratifications (immédiates)	Leenheer et alii (2007) montrent que les gratifications économiques et non économiques ont un effet positif sur le recrutement des clients dans les programmes de fidélisation. Zhang, Krishna

versus différées)	et Dhar (2000) indiquent également que les gratifications différées sont plus profitables dans un marché caractérisé par un fort niveau de recherche de variété, alors que les gratifications immédiates sont plus efficaces dans un marché à forte inertie. En termes de valorisation du programme, "Sunny" Hu, Huang et Chen (2010) montrent que les gratifications immédiates sont plus efficaces que les gratifications différées. En effet, les premières encouragent le consommateur à acheter pour les obtenir. Cependant, les secondes se justifient si elles donnent lieu à des récompenses de forte valeur.
--------------------------	--

CAPET INTERNE ÉCONOMIE ET GESTION

Option Marketing

Session 2014

ÉPREUVE ORALE D'ADMISSION

Préparation : 3 heures

(Exposé : 40 minutes - Entretien : 30 minutes maximum)

En prenant appui sur vos connaissances et votre expérience, sur les annexes jointes (cf. annexes 1 et 2) et les documents de votre choix, vous proposerez une exploitation pédagogique de la question de gestion suivante :

La mercatique cherche-t-elle à répondre aux besoins des consommateurs ou à les influencer ?

Vous veillerez à faire construire les quatre notions suivantes :

- **La segmentation**
- **Le ciblage**
- **Le positionnement**
- **Le couple marché/produit**

en classe de terminale de la série Sciences et Technologies du Management et de la Gestion, spécialité Mercatique.

Vous serez également attentifs à l'acquisition par les élèves des capacités associées suivantes :

- caractériser des segments de clientèle ou de produits et d'évaluer leur pertinence
- caractériser le positionnement d'un produit

Vous exposerez notamment :

- les objectifs pédagogiques que vous vous assignez,
- la place de votre proposition dans votre progression pédagogique,
- le déroulement envisagé pour la séquence proposée,
- les liens avec les notions et concepts étudiés en Sciences de gestion en classe de première STMG,
- les documents sélectionnés et leurs modalités d'exploitation avec le groupe classe,
- les supports et les outils utilisés, notamment les outils numériques, pour construire les notions associées à la question de gestion,
- la réponse apportée à la question posée,
- l'évaluation des capacités associées à la question de gestion,

- les approches et les apports complémentaires nécessaires pour aborder cette question de gestion dans une section de technicien supérieur de votre choix (MUC, NRC ou CI),
- les autres aspects que vous jugerez utiles de présenter.

ANNEXE 1 : LE CONTEXTE D'ENSEIGNEMENT

Votre établissement est un important lycée polyvalent situé dans une grande ville de province comprenant environ 2200 élèves. Il forme au baccalauréat STMG dans les quatre spécialités et trois STS (Management des Unités Commerciales, Service Informatique aux organisations et Communication).

La section technologique est très dynamique ; les enseignants sont solidaires et très investis. Ils sont à l'origine de plusieurs projets (soutien scolaire, tutorat, aide à la recherche de stage, association des anciens élèves, ...). De même, trois de vos collègues ont obtenu la certification DNL (discipline non linguistique) et enseignent le management des organisations en anglais aux classes STMG section européenne.

L'effectif de votre classe est de 34 élèves avec 14 filles et 20 garçons dont 3 redoublants. Plus des 2/3 d'entre eux ont déjà vécu une expérience de redoublement. Le niveau de la classe est très hétérogène (la moyenne de votre dernière évaluation est de 9.5 avec un écart type de 6.5). Quelques élèves ont des difficultés de concentration pendant les cours, ils rencontrent en particulier des difficultés de conceptualisation. Cependant, ils sont motivés et cherchent à réussir. La majeure partie d'entre eux souhaite poursuivre des études dans une section de technicien supérieur ou en IUT. Une tête de classe composée de 8 élèves envisage une poursuite d'études en Classe Préparatoire aux Grandes Ecoles.

Vous êtes le professeur principal de cette classe où vous dispensez la spécialité (3h00 en classe entière le samedi matin de 8h à 11h et 3h dédoublées le mardi de 14/17h et jeudi de 14/17h) et une heure (avec un effectif réduit le lundi matin de 8/9h) dédiée à l'accompagnement personnalisé. Votre salle de cours dispose d'un TNI, de 20 postes informatique en réseau mais la connexion internet est parfois déficiente. Au fond de votre salle de cours, l'équipe pédagogique a installé une bibliothèque comprenant de nombreux livres de marketing et un espace « presse spécialisée ». Le documentaliste et un collègue analysent et archivent tous ces supports dans l'outil BCDI intégré au réseau informatique du lycée.

ANNEXE 2 : Dossier Big Data & Analytics : la Micro-Segmentation

L'automatisation des échanges de données nous donne la possibilité de connaître de manière immédiate et très précise nos consommateurs : leurs goûts, leur comportements, leurs habitudes, leur satisfaction pour un produit ou un service donné... Et cette connaissance est un eldorado pour les départements marketing, qui s'en servent pour adapter et améliorer leur produit, personnaliser leur offre et maximiser la satisfaction et la fidélité des consommateurs.

Une révolution des Analytics tirée par de nouveaux usages

La personnalisation de l'offre de service et de l'expérience client a largement été rendue possible par l'apparition de nouveaux usages digitaux :

- Vous « likez » et vous interagissez avec des marques et des communautés sur Facebook, ce qui permet de connaître vos centres d'intérêt, les groupes sociaux auxquels vous appartenez...
- Vous écoutez de la musique sur Spotify ou Pandora, ce qui permet de connaître vos goûts et habitudes musicales, de savoir si vous écoutez des albums entiers, la même chanson en boucle ou si vous zappez au milieu de chaque chanson.
- Vous lisez des livres sur Kindle ou tablette, ce qui permet aux éditeurs de savoir ce que vous lisez, combien de fois vous le lisez, et quels passages retiennent votre attention.
- Vous regardez la TV depuis une box, qui analyse ce que vous regardez et quand, avec qui, si vous zappez dès le début des pubs, quelles séries vous suivez régulièrement...
- Même les produits mécaniques deviennent des sources de données sur le consommateur : données de navigation issues du GPS de votre voiture, température de votre maison grâce aux objets domotiques connectés...

C'est la richesse de ces données dites « comportementales », issues du croisement entre différentes sources qui constituent un véritable trésor pour un département marketing. Elles permettent en effet d'identifier des micro-segments, des niches basées sur des paramètres analytiques, avec des habitudes de consommation spécifiques, et de personnaliser son offre pour maximiser le taux de conversion sur chacun des segments.

Le marketing 1:1 : un nouveau paradigme

Le fondement du marketing 1:1, ce n'est pas la part de marché global mais la part de marché par consommateur. Le marketing de masse construit un produit et essaie de trouver des consommateurs pour ce produit. Le marketing 1:1 construit une relation avec un consommateur et cherche des produits adaptés à ce consommateur. De plus en plus, le concept prend racine, et les marketers s'intéressent à des micro-campagnes taillées spécifiquement pour une audience de niche. Cette personnalisation se retrouve dans tous les éléments de la campagne : la cible (y compris sa localisation), le produit, le message ou la proposition de valeur, le prix, le canal...et ce sont les Analytics qui nous permettent de classer chaque consommateur dans un micro-segment. En segmentant mieux mon marché, j'ai la possibilité de mettre en place des micro-campagnes plus ciblées qui maximisent mon taux de conversion sur chacun des micro-segments.

Next-Best-Action : utiliser les données d'interaction passées pour recommander une offre ou un produit. Le principe de la Next-Best Action repose sur la recommandation d'une offre, d'un service ou d'un produit en fonction de l'historique de transactions et d'interactions avec le consommateur.

AdExchange : utiliser la micro-segmentation pour maximiser l'efficacité des pubs en ligne et améliorer l'expérience client. Véritable révolution, le Big Data offre la possibilité de traiter les informations en temps réel, et d'afficher une publicité spécifiquement taillée pour le micro-segment auquel appartient l'internaute qui se connecte.

En résumé, que ce soit à travers les techniques de recommandation Next-Best Action, les Ad-Exchange ou la personnalisation des offres grâce à la micro-segmentation, le Big Data et les Analytics ont révolutionné la façon dont l'entreprise perçoit et interagit avec ses consommateurs. Une meilleure connaissance de son consommateur, grâce à l'exploitation croisée d'information transactionnelles, comportementales et contextuelles et les possibilités de les traiter en temps réel, permettent de personnaliser l'offre de services et ainsi de maximiser ses taux de conversion en améliorant au passage l'expérience client.

Synthèse extraite d'un article de Vincent de Stoecklin
www.data-business.fr/dossier-big-data-analytics-micro-segmentation/