



<b>Enseignement secondaire général</b>
<b>Classes supérieures</b>
<b>Division générale</b>
<b>Section Marketing, Médias et Communication</b>
<b>COMEP – Communication des entreprises et produits</b>
<b>Programme</b>
<b>GMM 1<sup>re</sup></b>

Langue véhiculaire :	Français, allemand, anglais
Nombre de leçons :	2h/semaine
Nombre minimal de devoirs écrits :	par semestre : 60 points répartis sur 1-2 devoirs en classe + 60 points répartis sur des productions notées/1 devoir en classe
Nombre minimal de devoirs oraux :	1 épreuve orale <sup>1</sup>
Dernière mise à jour par la CNES :	--

#### Programme directeur

Finalités disciplinaires	<p>Les élèves seront familiarisés avec la recherche d'informations par le recours aux nouvelles technologies de l'information et de la communication, à l'analyse et au traitement autonome de ces informations.</p> <p>Les logiciels bureautiques standard constitueront un outil de travail indispensable pour des travaux de présentation.</p> <p>Le cours de communication des entreprises et produits en classe de 1<sup>e</sup> GMM permettra aux élèves d'acquérir des informations complémentaires en stratégies de communication.</p> <p>L'étude d'exemples et de cas concrets permettra aux élèves de continuer à développer leurs compétences méthodologiques,</p>
--------------------------	---

<sup>1</sup> Instruction ministérielle ES 2019-4 du 6 novembre 2019 concernant l'organisation des épreuves orales en classe de première

	<p>personnelles, sociales et professionnelles.</p> <p>De cette façon les élèves seront formés pour s'intégrer dans la vie professionnelle et à participer, en tant que citoyens responsables à la vie en société et disposeront d'une préparation de base face aux exigences des entreprises.</p>
--	---

<p>Compétences disciplinaires</p>	<p><u>Communication des entreprises et produits :</u></p> <p>Communication par l'objet-merchandising :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Le marketing du distributeur,</li> <li>○ La fréquentation du point de vente,</li> <li>○ Les modes d'implantation des produits,</li> </ul> <p>« Product placement »,</p> <p>Communication interne et Change Management :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ La stratégie de communication interne,</li> <li>○ Les modes de la communication interne,</li> <li>○ La forme écrite,</li> <li>○ L'orale et la communication interpersonnelle,</li> <li>○ L'intranet,</li> <li>○ Le change management – 6 bonnes pratiques.</li> </ul> <p>Sponsoring ou Mécénat : un choix stratégique :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Le Sponsoring : un outil puissant et efficace,</li> <li>○ Le mécénat : un engagement sociétal,</li> <li>○ Valoriser son action de parrainage,</li> <li>○ La communication responsable.</li> </ul> <p>Communication financière :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Les fondements de la communication financière,</li> <li>○ La stratégie de la communication financière,</li> <li>○ Les techniques de la communication financière,</li> <li>○ La publicité financière et les « public relations »,</li> <li>○ Les moments clé de la communication financière.</li> </ul> <p>Communication digitale : stratégies, canaux, e-réputation :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ La construction d'une stratégie digitale,</li> <li>○ Les leviers et outils de la stratégie digitale,</li> <li>○ Les réseaux sociaux,</li> </ul> <p>Du « Bad Buzz » à la crise :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ La crise 2.0,</li> <li>○ Avant la crise – après la crise,</li> <li>○ COVID 19 et la crise mondiale.</li> </ul>
-----------------------------------	---

	<p>Les métiers du secteur de la communication,</p> <p>Communication verbale et non-verbale, communiquer en public.</p>
Domaines de savoirs	Voir compétences disciplinaires
Indications pédagogiques	<p>Le titulaire veillera à varier et à adapter les méthodes et outils d'enseignement aux différentes situations d'apprentissage données. Par conséquent, le titulaire doit recourir :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>aux méthodes frontale (cours magistral) et socratique</li> <li>aux méthodes et outils utilisés en pédagogie active et constructive</li> <li>à des travaux individuels et en équipe</li> <li>à une démarche interdisciplinaire si possible</li> </ul> <p>Des visites sur le terrain (conférences, visites d'entreprises, ...) peuvent être intégrées dans le cours en vue de permettre aux élèves de mieux connecter leurs connaissances acquises à la pratique quotidienne vécue par les acteurs du monde professionnel, ce qui les aidera à mieux cerner le sens de leur apprentissage.</p>
Principes de l'évaluation	<p>Sur base de la taxonomie de BLOOM, l'on peut distinguer les 4 premiers niveaux de tâches :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Niveau 1 : reproduction de la matière mémorisée</li> <li>Niveau 2 : application de la nouvelle matière</li> <li>Niveau 3 : production guidée</li> <li>Niveau 4 : production ouverte et transfert des savoirs</li> <li>Niveau 5 : évaluation des idées reçues pour en créer des nouvelles</li> <li>Niveau 6 : comparaison d'arguments et choix personnels</li> </ul>
Indications didactiques et méthodologiques	<p>Le titulaire veillera également à intégrer, le cas échéant, des sujets d'actualités. Il adoptera une démarche interdisciplinaire en se concordant avec les titulaires des autres branches à chaque fois que les sujets s'y prêtent.</p>
Modalités de l'évaluation formative & certificative	<p>Évaluation formative : Feedback en continu lors des productions d'élèves comme posters, mindmaps, exposés ou autre forme.</p> <p>Autoévaluation : développer les compétences des élèves par le biais d'outils qui prônent le développement de l'autonomie, l'acquisition du sens critique et la responsabilisation des élèves.</p> <p>Évaluation certificative : devoirs en classe, travail de groupe ou portfolio (selon les mêmes processus qu'en formation évaluative, exemples, travaux pratiques, travail individuel/en groupe).</p>

#### Informations complémentaires

Références et liens vers d'autres programmes :	Marketing stratégique, projet marketing, médias, économie politique, éléments de droit et finance, cours de langues.
Date de la dernière mise à jour :	Mai 2021