

Concernant la proposition 4.10 du thème 1, le choix des futures spécialités me laisse songeur.

La dissociation de la spécialité GRH et de la communication peut se défendre, il n'en va pas nécessairement de même pour la substitution de la communication à la mercatique. En effet, la mercatique met en jeu des savoirs conceptuels et permet de développer des compétences allant bien au-delà de la seule communication : quid de l'analyse comportementale, de la sociologie du consommateur, du marketing stratégique et tactique dont la communication n'est qu'une composante.

Je m'interroge sur la pertinence de faire disparaître une spécialité qui permet entre autres de déconstruire les dispositifs mis en oeuvre par les entreprises pour orienter le comportement des individus dans le sens qui leur est le plus favorable pour sombrer dans un "tout-communication" qui laisserait sur le côté l'essentiel du bagage conceptuel dont les bacheliers STMG mercatique sont aujourd'hui équipés.

Syndicalement,

Bruno Féral
Enseignant économie gestion option C
Coordonnateur éco-gestion
LEGT Edouard Branly - 86100 Châtelleraut