

COMPRENDRE LES CONSIGNES DANS LE CAS DE L'EPREUVE COMPOSEE 1

Objectifs : faire travailler les élèves sur des sujets ayant un libellé proche mais amenant des réponses pouvant être différentes en construisant plusieurs sujets jouant sur les verbes et sur les mots-clés.

NB : on pourra au préalable faire travailler les élèves sur les verbes dans la formulation des instructions.

(Voir le site pedagogie.ac-limoges.fr/ses/spip rubrique consigne)

Exercices d'application :

Exercice 1 :	Repérer le verbe clé de la question posée et dire ce qu'il implique dans la réponse.	Repérer les expressions clé de la question posée et dire ce qu'il implique dans la réponse (délimitez le champ du sujet).
1) Montrez que la différenciation des produits est un facteur de compétitivité hors prix.		
2) Montrez que la différenciation des produits est un facteur de compétitivité		
3) Illustrez comment la différenciation des produits peut être un facteur de compétitivité hors prix.		
4) Analysez la différenciation des produits comme facteur de compétitivité hors prix.		
5) Caractérissez les principaux facteurs de compétitivité pour une entreprise.		

PROPOSITION DE CORRIGE

<p>Exercice 1 :</p>	<p>Repérer le verbe clé de la question posée et dire ce qu'il implique dans la réponse.</p>	<p>Repérer les expressions clé de la question posée et dire ce qu'elles impliquent dans la réponse (délimitez le champ du sujet).</p>
<p>1) Montrez que la différenciation des produits est un facteur de compétitivité hors prix.</p>	<p>Montrez :</p> <ul style="list-style-type: none"> - prouvez que le mécanisme cité est vrai en le décrivant - en l'illustrant d'un exemple ou deux qui ne constituent pas à eux-seuls la réponse. 	<p>Différenciation des produits : fait pour une entreprise (stratégie) de proposer un produit ayant des caractéristiques différentes de ceux de la concurrence. L'objectif de l'entreprise est de se distinguer aux yeux de la clientèle en jouant sur la compétitivité hors-prix.</p> <p>Compétitivité hors-prix : capacité d'une entreprise à résister à la concurrence (entreprises vendant un même produit ou un produit de substitution) sans-être forcément le moins cher.</p> <p>Exemple 1 : fiabilité du produit supérieure à celle des concurrents. Cf. la réputation de robustesse des téléphones mobiles de Nokia.</p> <p>Exemple 2 : meilleure qualité du service après-vente que celui des concurrents. Cf. le fait d'acheter un produit électroménager dans une petite enseigne plutôt que sur Internet pour éviter le risque de ne pas pouvoir faire jouer facilement la garantie en cas de problème.</p>
<p>2) Montrez que la différenciation des produits est un facteur de compétitivité.</p>	<p>Montrez :</p> <ul style="list-style-type: none"> - prouvez que le mécanisme cité est vrai en le décrivant - en l'illustrant d'un exemple ou deux qui ne constituent pas à eux-seuls la réponse. 	<p><u>Ne pas développer la compétitivité-prix qui est hors-sujet dans ce libellé</u></p> <p>Différenciation des produits : fait pour une entreprise (stratégie) de proposer un produit ayant des caractéristiques différentes de ceux de la concurrence. L'objectif de l'entreprise est de se distinguer aux yeux de la clientèle en jouant sur la compétitivité hors-prix.</p> <p>Compétitivité hors-prix : capacité d'une entreprise à résister à la concurrence (entreprises vendant un même produit ou un produit de substitution) sans-être forcément le moins cher.</p>

		<p>Exemple 1 : fiabilité du produit supérieure à celle des concurrents. Cf. la réputation de robustesse des téléphones mobiles de Nokia.</p> <p>Exemple 2 : meilleure qualité du service après-vente que celui des concurrents. Cf. le fait d'acheter un produit électroménager dans une petite enseigne plutôt que sur Internet pour éviter le risque de ne pas pouvoir faire jouer facilement la garantie en cas de problème.</p>
<p>3) Illustrez comment la différenciation des produits peut être un facteur de compétitivité hors prix.</p>	<p><u>Illustrez</u> :</p> <p>- donnez des exemples afin d'expliquer la relation entre les deux expressions clé</p>	<p>Il s'agit dans cette situation d'être compétitif vis-à-vis des concurrents tout en n'étant pas forcément moins cher qu'eux.</p> <p>Exemple 1 : fiabilité du produit supérieure à celle des concurrents. Cf. la réputation de robustesse des téléphones mobiles de Nokia.</p> <p>Exemple 2 : meilleure qualité du service après-vente que celui des concurrents. Cf. le fait d'acheter un produit électroménager dans une petite enseigne plutôt que sur Internet pour éviter le risque de ne pas pouvoir faire jouer facilement la garantie en cas de problème.</p>
<p>4) Analysez la différenciation des produits comme facteur de compétitivité hors prix.</p>	<p><u>Analysez</u> :</p> <p>- constatez et expliquez comment la première proposition clé va impliquer la deuxième. Ceci revient à traiter le premier sujet dans le cas de cette question.</p>	<p><u>Différenciation des produits</u> : fait pour une entreprise (stratégie) de proposer un produit ayant des caractéristiques différentes de ceux de la concurrence. L'objectif de l'entreprise est de se distinguer aux yeux de la clientèle en jouant sur la compétitivité hors-prix.</p> <p><u>Compétitivité hors-prix</u> : capacité d'une entreprise à résister à la concurrence (entreprises vendant un même produit ou un produit de substitution) sans-être forcément le moins cher.</p> <p>Exemple 1 : fiabilité du produit supérieure à celle des concurrents. Cf. la réputation de robustesse des téléphones mobiles de Nokia.</p> <p>Exemple 2 : meilleure qualité du service après-vente</p>

		<p>que celui des concurrents. Cf. le fait d'acheter un produit électroménager dans une petite enseigne plutôt que sur Internet pour éviter le risque de ne pas pouvoir faire jouer facilement la garantie en cas de problème.</p>
<p>5) Caractériser les principaux facteurs de compétitivité pour une entreprise.</p>	<p><u>Caractériser</u> :</p> <p>- décrire avec précision les deux types de compétitivité pour une entreprise</p>	<p><u>Compétitivité-prix</u> : capacité d'une entreprise à résister à la concurrence (entreprises vendant un même produit ou un produit de substitution) en étant la moins chère.</p> <p><u>Compétitivité hors-prix</u> : capacité d'une entreprise à résister à la concurrence (entreprises vendant un même produit ou un produit de substitution) sans-être forcément le moins cher.</p> <p>Exemple 1 : capacité des entreprises chinoises à supplanter leurs rivaux occidentaux sur leurs marchés traditionnels comme l'électroménager grand public grâce à une main d'œuvre nettement moins chère.</p> <p>Exemple 2 : meilleure qualité du service après-vente que celui des concurrents. Cf. le fait d'acheter un produit électroménager dans une petite enseigne plutôt que sur Internet pour éviter le risque de ne pas pouvoir faire jouer facilement la garantie en cas de problème.</p>

Exercice 2 :	Repérer le verbe clé de la question posée et dire ce qu'il implique dans la réponse.	Repérer les expressions clé de la question posée et dire ce qu'elles impliquent dans la réponse (délimitez le champ du sujet).
1) Comment le capital culturel des parents a-t-il un impact sur la réussite scolaire des enfants ?		
2) Comment le milieu d'origine des parents a-t-il un impact sur la réussite scolaire des enfants ?		
3) Montrez que le capital culturel des parents a un impact sur la réussite scolaire des enfants ?		
4) Quel lien peut-on établir entre le capital culturel des parents et la réussite scolaire des enfants ?		
5) Montrez que le milieu social des parents peut expliquer la réussite scolaire des enfants.		