

Baccalauréat STG
Sciences et technologies de la gestion

**Épreuve de Communication et Gestion
des ressources humaines**

Oral de contrôle du second groupe
Exemples de sujets

Ce document peut être utilisé librement dans le cadre des activités de l'enseignement scolaire, de la formation des professeurs et de l'organisation des examens.

Toute reproduction, même partielle, à d'autres fins ou dans une nouvelle publication, est soumise à l'autorisation du directeur général de l'Enseignement scolaire.

15 mai 2007

**BACCALAURÉAT TECHNOLOGIQUE STG
SPÉCIALITÉ COMMUNICATION ET GESTION DES RESSOURCES HUMAINES**

SECOND GROUPE D'ÉPREUVES

Session 2007

**ÉPREUVE ORALE
DE COMMUNICATION ET GESTION DES RESSOURCES HUMAINES**

Préparation : 40 minutes

Durée de l'épreuve : 20 minutes

Documents et matériels autorisés : Aucun

Sujet N° 36

À partir du (des) document(s) fourni(s) en annexe(s), vous traiterez les questions qui suivent.

Première partie : Charte d'entreprise- annexe1-

1. Quel est l'objectif de cette charte? À qui s'adresse-t-elle ? Illustrer par des exemples.
2. À quel type de communication appartient cette charte ? Quel support utilise-t-elle ?
3. Analyser les différents éléments de cette adresse Internet :
http://www.orgelbau.ch/site/index.cfm/id_art/4460/actMenuItemID/2637/vsprache/FR/Manufacture_d_orgues_Kuhn

Deuxième partie : Ressources humaines et communication- annexe 2-

1. Caractériser la communication de l'entreprise PSA présentée en annexe 2.
2. Qu'est ce qu'un tableau de bord social, quelle est son utilité pour les dirigeants de l'entreprise ?
3. A l'aide de l'annexe 2, proposer des indicateurs du tableau de bord social permettant d'apprécier la politique de sécurité au travail.

ANNEXE 1 : Charte d'entreprise

Extraits du site de la société Kuhn fabricant d'Orgues 2006



Home | D | E | F

Manufacture	Orgues	Qui sommes-nous	News + Events	Contact
Notre charte	Histoire	Tour d'atelier	Personnes	1 2 3 4 5



Notre credo

Nous voulons que nos instruments apportent de la joie aux hommes ainsi qu'une contribution substantielle à la culture musicale en général, à celle de l'orgue en particulier. Cette dernière, enracinée dans la tradition chrétienne, signifie pour nous la transmission, le soin et le développement de valeurs humaines et éthiques. La musique d'orgue donne des forces, stimule la réflexion et ouvre les cœurs.

Notre raison d'être

La Manufacture d'orgues Kuhn est une entreprise suisse de premier rang au niveau international. Nous projetons, construisons, restaurons et entretenons de grandes orgues de toutes tailles et de différents styles, pour des édifices sacrés ou profanes.

Des faits à la place des mots

Notre charte	Histoire	Tour d'atelier	Personnes	1 2 3 4 5
--------------	----------	----------------	-----------	-------------------



Notre façon de travailler

La Manufacture d'orgues Kuhn vise à satisfaire les plus hautes exigences de qualité dans tous ses domaines d'activité, tant du point de vue technique et artisanal que du point de vue architectural et esthétique. Nous nous appuyons sur notre expérience pour le développement et la réalisation de concepts aussi bien d'un style défini que combinant différents styles. Le défi de trouver une solution dans des situations exigeantes, complexes ou exceptionnelles nous motive tout particulièrement. Nous recherchons toujours une solution claire, pertinente et convaincante. Notre travail est efficace et tient compte de toutes les exigences de la qualité. La construction, la restauration et l'entretien de près de 2000 instruments, suite à la fondation de notre maison en 1864, témoignent de notre compétence. Nous suivons de près la recherche internationale sur l'orgue et prenons activement part à la réalisation de nouveaux progrès. Nos innovations continuent à contribuer substantiellement à l'art de la facture d'orgues. Nous jouons un rôle actif dans les associations professionnelles, soutenons et organisons des manifestations pour les spécialistes.

Notre comportement

Nous prenons nos clients et leurs désirs au sérieux et nous les conseillons conformément à notre expérience et à nos idéaux. Nous mettons tout notre intérêt dans les projets qui nous sont confiés. Nous respectons les accords et les délais. Avec tous nos interlocuteurs, nous communiquons clairement, ouvertement et à temps. Nous nous réjouissons de recevoir un compliment, acceptons la critique et assumons la responsabilité de nos erreurs.

Notre charte	Histoire	Tour d'atelier	Personnes	1 2 3 4 5
--------------	----------	----------------	-----------	-------------------



Nos principes

Nous respectons toujours et partout les lois et les règlements. Nous renonçons à toute pratique contraire à l'éthique. Nous nous engageons à promouvoir la tolérance, le respect mutuel et la recherche de solutions pacifiques. Dans notre entreprise, nous ne tolérons strictement aucune discrimination sur la base du sexe, de la confession, des convictions personnelles, de la race ou de l'origine. Nous sommes particulièrement attentifs pour notre utilisation des ressources naturelles.

Notre gestion

Nous gérons notre entreprise sur une base économiquement saine en vue d'en assurer l'avenir et d'être un partenaire solide face à nos clients et à nos collaborateurs. Des finances saines et des bénéfices raisonnables nous permettent les investissements nécessaires pour maintenir notre entreprise à jour et la développer. Nous offrons à nos clients des instruments de qualité suisse à un niveau prix/prestation convaincant. Nous ne recherchons pas absolument toute sorte de commandes, mais celles pour lesquelles notre philosophie de la facture d'orgues correspond pour notre client à un idéal.

Tour d'atelier	Personnes	1 2 3 4 5
----------------	-----------	-------------------

Notre philosophie

Dans notre entreprise, toutes les personnes qui collaborent éprouvent de l'enthousiasme pour l'orgue et conçoivent leur profession comme une vocation. Ils sont fiers de leur motivation, de leur créativité et de leur professionnalisme. Ils s'engagent pour leur travail, sont prêts à prendre une grande part de responsabilité et trouvent leur satisfaction dans l'excellent travail de leur équipe. Ils sont prêts à se développer constamment tant du point de vue professionnel que personnel. La qualité de nos collaborateurs est le fondement de nos succès. Nous les soutenons en créant une ambiance motivante ainsi que par une information honnête, claire et complète sur la marche des affaires et les projets de l'entreprise. Nous leur offrons la possibilité de poursuivre une formation continue et nous veillons à un climat de travail sain. Nous formons des apprentis et des stagiaires. Nous soutenons la formation de base ainsi que la formation continue dans notre domaine professionnel.

Notre style de direction

Nos dirigeants donnent le bon exemple à leurs collaborateurs et les encouragent dans leurs efforts. Ils leur demandent un travail professionnel soigné et les soutiennent sur les chemins menant à ce but. Ils font appel à leur créativité et à leur sens de la responsabilité. Ils se chargent de bien organiser les travaux. Ils expriment régulièrement louanges et critiques à leurs collaborateurs et leur demandent de bien vouloir s'exprimer sur les propres qualités de la direction. La Manufacture d'orgues Kuhn tient à la continuité dans ses organes dirigeants.

ANNEXE 2 : Actions et réalisations autour de la sécurité au travail - PSA.

Sécurité au travail PEUGEOT-CITROEN



● Objectifs

Étendre l'objectif de taux de fréquence des accidents de travail avec arrêts de 3,7 à tout le périmètre industriel et commercial du groupe dans le monde à fin 2006.

● Bénéfices attendus

- Diminution des accidents et des maladies professionnels ;
- Réduction de l'exposition des salariés aux risques physiques ;
- Diminution du risque routier : flux de production, déplacements en mission et trajets domicile-travail des salariés ;
- Développement d'une véritable "culture" de la sécurité avec une responsabilisation de tous les salariés ;
- Diminution du risque pour les personnels extérieurs intervenant sur site.

● Moyens mis en œuvre

- Démarche de prévention basée sur l'analyse des risques et la mise en œuvre des plans d'actions associés. Cette démarche est intégrée dès la conception de nouveaux projets et implique tout le personnel.
- Déploiement d'un système de Management de la Sécurité au Travail qui structure l'ensemble des actions grâce à des référentiels de la prévention, des principes de management et audit de ce système.
- Extension de ce système à l'ensemble des filiales commerciales dans le monde.

Source : Extrait du rapport social : « une politique d'amélioration des conditions de travail »
<http://developpement-durable.psa.fr/social/demarche/tableau-bord.htm>

Novembre 2006

**BACCALAURÉAT TECHNOLOGIQUE STG
SPÉCIALITÉ COMMUNICATION ET GESTION DES RESSOURCES HUMAINES**

SECOND GROUPE D'ÉPREUVES - Session 2007

ÉPREUVE ORALE DE COMMUNICATION ET GESTION DES RESSOURCES HUMAINES

Sujet n° 36 - Éléments de corrigé :

✚ On attend du candidat qu'il propose des réponses mentionnant les mots signalés en gras

Première partie : une charte d'entreprise

1- Quel est l'objectif de cette charte? A qui s'adresse-t-elle ? Illustrer par des exemples.

L'objectif de la charte est de communiquer une image positive et de créer une dynamique interne par **des valeurs partagées**

Exemples : "valeurs humaines et éthiques" ; "tolérance, respect mutuel" ; "nous ne tolérons aucune discrimination" ; "qualité de haut niveau" ; respect du client.

Elle s'adresse donc aussi bien aux **acteurs de l'entreprise** (Nos dirigeants donnent le bon exemple" ; "Toutes les personnes qui collaborent éprouvent de l'enthousiasme" ; "Ils s'engagent par leur travail" **qu'aux partenaires** (nous prenons nos clients et leurs désirs au sérieux" ; "Nous respectons toujours et partout les lois et règlements" ; "nous gérons notre entreprise sur des bases économiquement saines"..."...).

2-A quel type de communication appartient cette charte ? Quel support utilise-t-elle ?

Communication **interne et externe (institutionnelle)**. ou communication **globale** .

Support **numérique** ou virtuel (Internet ici).

3-Analysez les différents éléments de cette adresse Internet et expliquez :

http://www.orgelbau.ch/site/index.cfm/id_art/4460/actMenuItemID/2637/vsprache/FR/Manufacture_d_orgues_Kuhn

Http = **Protocole de transfert** (Hypertext Transfert Protocol) ; [www.orgelbau](http://www.orgelbau.ch)= **adresse du serveur** ; Ch = Suisse(Confédération Helvétique) ; puis site...fin = **chemin d'accès à la page**.

Deuxième partie

1- Caractériser la communication de PSA à partir de la source du document.

Ce site est à la fois une **communication externe institutionnelle** qui montre l'engagement de l'entreprise sur le terrain du développement durable et un **outil de communication interne** qui lie l'action des différentes directions du groupe en les incitant à rendre compte publiquement des avancées.

2- Qu'est ce qu'un tableau de bord social ? Quelle est son utilité pour les dirigeants de l'entreprise ?

Le tableau de bord social est un document qui regroupe un ensemble d'indicateurs de GRH.

Utilité :

- aide à la décision, indicateurs moyens et résultats (de performance) ;
- outil de communication
- facteur de motivation (défis à relever)
- obligation légale pour certaines entreprises qui doivent publier un bilan social.

3- Proposez des indicateurs du tableau de bord permettant d'apprécier la politique de sécurité au travail.

🚩 On attend du candidat qu'il propose au moins 3 indicateurs.

Exemples d'indicateurs :

- Taux de fréquence des accidents du travail en fonction des lieux et des types
- Taux de gravité des accidents du travail en fonction des lieux et des types
- Nombre d'opérations de sensibilisation à la sécurité du travail, aux risques professionnels
- Nombre de personnes ayant suivi une formation sur la prévention.

Accepter tout indicateur pertinent.

**BACCALAURÉAT TECHNOLOGIQUE STG
SPÉCIALITÉ COMMUNICATION ET GESTION DES RESSOURCES HUMAINES**

SECOND GROUPE D'ÉPREUVES

Session 2007

ÉPREUVE ORALE DE COMMUNICATION ET GESTION DES RESSOURCES HUMAINES

Préparation : 40 minutes

Durée de l'épreuve : 20 minutes

Documents et matériels autorisés : calculatrice autorisée conformément à la circulaire n° 99-186 du 16/11/99

**Sujet N° 46
Club de danse « L'Espace »**

Le club de danse « L'Espace » propose diverses activités pour enfants, adolescents et adultes. Des stages de danse sont organisés régulièrement pour les adhérents. Des professeurs expérimentés, venus d'horizons divers, viennent présenter des formations originales.

Le 30 juillet prochain, de 14 h à 17 h, un stage de « modern jazz » est organisé dans les locaux du club. Afin de promouvoir le stage, Alain DESCHAMPS, le gérant du club projette notamment de réaliser un tract à distribuer aux adhérents. Le message principal de ce document est le suivant : « *L'expression par le corps : notre leitmotiv¹. Celui de tous les sportifs de notre club* ».

Les données concernant les adhérents du club sont gérées à l'aide d'un logiciel de gestion de bases de données (**annexes 1 et 2**). Le club a un site internet accessible aux adhérents.

A partir des documents fournis en annexes, vous traiterez les questions qui suivent.

Première partie

- 1°) Caractériser précisément la communication que le club envisage de mettre en place pour promouvoir le stage.
- 2°) En dehors du tract prévu, proposer deux autres supports adaptés pour informer les adhérents en envisageant les avantages et inconvénients de chacun de ces supports.
- 3°) A quel type d'argument peut-on rattacher le message inscrit sur le tract et destiné aux adhérents ? Est-il susceptible de convaincre le public auquel il s'adresse ? Justifier vos réponses.

Deuxième partie

- 1°) Quelles sont les qualités d'une clé primaire ?
- 2°) Dans quelle relation faudrait-il placer l'attribut ModeReglement ? Justifier.
- 3°) Ecrire en SQL la requête qui permet d'obtenir la liste des adhérents (nom et prénom) pratiquant le Hip-Hop et le Ragga (mémento SQL en **annexe 4**).
- 4°) Quel besoin d'information est satisfait par la requête suivante :
SELECT NomAdherent, PrenomAdherent
FROM Adherent
WHERE MONTH(DateNaissance) = 7

*Note : la fonction **MONTH(une_date)** retourne le numéro du mois de **une_date**.*

Exemple : MONTH(1988-11-25) renvoie 11 (mois de novembre).

- 5°) Un tel stage engendre des charges pour le club de danse. A l'aide des informations fournies en **annexe 3**, calculer le montant du chiffre d'affaires à réaliser (arrondir à la dizaine d'euros) et le nombre d'inscrits nécessaires pour rentabiliser le stage. Commenter.

¹Leitmotiv : Formule ou idée qui revient sans cesse dans un discours.

Annexe 1 : Fiche adhérent

FICHE ADHÉRENT		
N° adhérent : 412		
Madame	<input checked="" type="checkbox"/> Mademoiselle	<input type="checkbox"/> Monsieur
Nom : Leroux	Prénom : Coralie	
Date de naissance :		
Adresse :	18 rue des ponts 76620 LE HAVRE	
Discipline (s) choisie (s) :	Hip Hop, Ragga jam	
Formule d'abonnement :	trimestriel	
Mode de règlement :	par chèque	

Annexe 2 : Extrait du schéma relationnel

ADHERENT(NumAdherent, NomAdherent, PrenomAdherent, DateNaissance, AdresseAdherent, CPadherent, VilleAdherent, TelAdherent)

Clé primaire : NumAdherent

ABONNEMENT(NumAbonnement, FormuleAbonnement, AdherentAbonne)

Clé primaire : NumAbonnement

Clé externe : AdherentAbonne en référence à NumAdherent de ADHERENT

PRATIQUER(NumAdherent, DisciplinePratiquee)

Clé primaire : NumAdherent, DisciplinePratiquee

Clé externe : NumAdherent en référence à NumAdherent de ADHERENT

Clé externe : DisciplinePratiquee en référence à CodeDiscipline de DISCIPLINE

DISCIPLINE(CodeDiscipline, LibelleDiscipline)

Clé primaire : CodeDiscipline

Annexe 3 : Estimation des coûts du stage

Alain Deschamps prévoit l'enregistrement de 100 inscriptions.

Le prix de l'inscription est fixé à 30 €

Les charges fixes (rémunération du professeur, mise à disposition de la salle, publicité...) s'élèveront à 1 850 €. Les charges variables (bouteilles d'eau, cadeaux de bienvenue, etc....) représenteront 12 % du chiffre d'affaires.

Annexe 4

Mémento du langage SQL

Notation utilisée

- Les éléments entre crochets [] sont facultatifs.
- "colonne" désigne le nom d'une colonne éventuellement préfixé par le nom de la table à laquelle elle appartient : "nomTable.nomColonne".
- "élément1 [, élément2 ...]" signifie une liste d'éléments (noms de colonne par exemple) séparés par une virgule. Cette liste comporte au minimum un élément.

INTERROGATION DES DONNÉES

Ordre SELECT

- SELECT [DISTINCT] colonne1 [AS nomAlias1] [, colonne2 [AS nomAlias2] ...]
FROM nomTable1 [nomAlias1] [, nomTable2 [nomAlias2] ...]
[WHERE conditionDeRestriction]
[ORDER BY colonne1 [DESC] [, colonne2 [DESC] ...]
- La liste de colonnes située après le mot *SELECT* peut être remplacée par le symbole *"*"*.

Condition de restriction (ou de sélection)

Une condition de restriction (désignée dans ce mémento par "conditionDeRestriction") peut être composée d'une ou de plusieurs conditions élémentaires combinées à l'aide des opérateurs logiques NOT, AND et OR, en utilisant éventuellement des parenthèses.

Conditions élémentaires	
colonne = valeurOuColonne	colonne <> valeurOuColonne
colonne < valeurOuColonne	colonne > valeurOuColonne
colonne <= valeurOuColonne	colonne >= valeurOuColonne
colonne IS [NOT] NULL	colonne LIKE filtre
colonne BETWEEN valeur1 AND valeur2	colonne IN (valeur1, valeur2, ...)

- "filtre" désigne une chaîne de caractères comportant les symboles "%" et/ou "_".
- Les filtres peuvent être utilisés avec une colonne de type chaîne ou date.
- Certains SGDBs utilisent "*" et "?" au lieu de "%" et "_" pour l'écriture des filtres.

**BACCALAUREAT TECHNOLOGIQUE STG
SPÉCIALITÉ COMMUNICATION ET GESTION DES RESSOURCES HUMAINES**

SECOND GROUPE D'ÉPREUVES

SESSION 2007

ÉPREUVE ORALE DE COMMUNICATION ET GESTION DES RESSOURCES HUMAINES

ÉLÉMENTS D'ÉVALUATION CORRIGÉ SUJET N° 46

Club de danse « L'Espace »

Première partie

1°) Caractériser précisément la communication que le club envisage de mettre en place pour promouvoir le stage.

On attend une mobilisation des connaissances et une compréhension de la situation.

Communication **interne** d'une organisation

Objectif : Porter l'organisation de ce stage à la connaissance de tous les membres du Club, obtenir le plus d'inscriptions possibles pour rentabiliser l'événement, améliorer la qualité des cours, améliorer l'image du Club.

Cible : Adhérents du Club.

Canaux : Courrier, affichage, tracts, face-à-face, Internet si site Web.

2°) En dehors du tract prévu, proposer deux autres supports destinés à informer les adhérents en envisageant les avantages et inconvénients de chacun de ces supports.

On attend des propositions pertinentes par rapport au contexte.

Supports possibles :

Tracts distribués à la fin de chaque cours par les professeurs. Lettre adressée à tous les membres du Club. Affiche dans les vestiaires, les locaux, la vitrine, Bande défilante ou animée sur le site.

SUPPORTS	AVANTAGES	INCONVENIENTS
Lettre	Gain de temps si réalisé en publipostage	Coûteux
Affiche, Panneau d'accueil	Peu coûteuse, exposée à la vue de tous.	Choix de l'emplacement important, temps de réalisation
Site	Gratuit	Seuls les internautes en seront informés.
Annonces (support = voix)	Tous les adhérents présents reçoivent le message	Faible mémorisation

3°) A quel type d'argument peut-on rattacher le message inscrit sur le tract et destiné aux adhérents ? Est-il susceptible de convaincre le public auquel il s'adresse ? Justifier vos réponses.

On attend la mobilisation de connaissances et une justification pertinente de la réponse apportée.

- **Argument de communauté.** Les adhérents du club ont le même objectif : s'exprimer par la danse. Sentiment d'appartenance au groupe des danseurs, la danse est une grande famille.
- Argument **adapté au public** auquel il s'adresse : les adhérents du club, tous des danseurs qui utilisent ce sport comme moyen d'expression. Ils ont tous les mêmes **valeurs** : le plaisir de faire du sport, la danse en tant que moyen d'expression, un état d'esprit.

Deuxième partie

On attend la mobilisation de connaissances.

1°) Quelles sont les qualités d'une clé primaire ?

La clé primaire doit être **unique** et **non nulle**.

2°) Dans quelle relation faudrait-il placer l'attribut ModeReglement ? Justifier.

L'attribut ModeReglement doit être placé dans la relation ABONNEMENT puisque le mode de règlement **dépend fonctionnellement** (est en **dépendance fonctionnelle**) de l'abonnement (donc **de la clé** NumAbonnement).

3°) Ecrire en SQL la requête qui permet de récupérer la liste des adhérents (nom et prénom) pratiquant le Hip-Hop et le Ragga (mémento SQL en annexe 4).

```
SELECT NomAdherent, PrenomAdherent
FROM Adherent, Pratiquer, Discipline
WHERE NumAdherent = AdherentAbonne
AND DisciplinePratiquée = CodeDiscipline
AND LibelleDiscipline = 'Hip-Hop'
AND LibelleDiscipline = 'Ragga'
```

Le préfixage des champs de jointure n'est pas nécessaire ici, les champs de jointure ne portant pas le même nom, mais ne doit pas être sanctionné.

4°) Quel besoin d'information est satisfait par la requête suivante :

```
SELECT NomAdherent, PrenomAdherent
FROM Adherent
WHERE MONTH(DateNaissance) = 7
```

Note : la fonction **MONTH(une_date)** retourne le numéro du mois de **une_date**.

Exemple : MONTH(1988-11-25) renvoie 11 (mois de novembre).

La requête retourne les nom et prénom des adhérents nés au mois de juillet.

5°) Un tel stage engendre des charges pour le club de danse. A l'aide des informations fournies en annexe 4, calculer le montant du chiffre d'affaires à réaliser (arrondir à la dizaine d'euros) et le nombre d'inscrits nécessaires pour rentabiliser le stage. Commenter.

On attend :

- la maîtrise des notions de charges fixes, charges variables, seuil de rentabilité,
- la connaissance des formules de calcul,
- un commentaire pertinent par rapport aux résultats obtenus.

CA pour 100 inscrits = $30 \times 100 = 3\,000 \text{ €}$

Taux de CV = 12% donc le taux de M/CV = 88 %

Ou

	Montant	%
Chiffre d'affaires	3 000 €	100%
Charges variables	- 360 €	12%
M/CV	2 640 €	88%
Charges fixes	- 1 850 €	
Résultat	790 €	

Seuil de rentabilité en € = $1850/0.88 = 2\,102,27 \text{ €}$ arrondi à **2 110 €**;

Il faut $2\,110 \text{ €}/30 \text{ €} = 70,33$ soit **71** inscriptions pour rentabiliser le stage.

Commentaire :

Le Club de danse devra réaliser un chiffre d'affaires de 2 100 € pour commencer à faire des bénéfices, c'est-à-dire réaliser plus de 71 inscriptions.