

SESSION 2012

---

AGRÉGATION  
CONCOURS INTERNE  
ET CAER

**Section : ÉCONOMIE ET GESTION**

**OPTION : C – MARKETING**

**EXPLOITATION PÉDAGOGIQUE D'UN THÈME DANS LA  
SPÉCIALITÉ CORRESPONDANT  
À L'OPTION CHOISIE À L'INSCRIPTION**

Durée : 5 heures

---

*L'usage de tout ouvrage de référence, de tout dictionnaire et de tout matériel électronique (y compris la calculatrice) est rigoureusement interdit.*

*Le candidat composera obligatoirement sur le sujet correspondant à l'option choisie lors de son inscription.*

*Dans le cas où un(e) candidat(e) repère ce qui lui semble être une erreur d'énoncé, il (elle) le signale très lisiblement sur sa copie, propose la correction et poursuit l'épreuve en conséquence.*

*De même, si cela vous conduit à formuler une ou plusieurs hypothèses, il vous est demandé de la (ou les) mentionner explicitement.*

**NB : Hormis l'en-tête détachable, la copie que vous rendrez ne devra, conformément au principe d'anonymat, comporter aucun signe distinctif, tel que nom, signature, origine, etc. Si le travail qui vous est demandé comporte notamment la rédaction d'un projet ou d'une note, vous devrez impérativement vous abstenir de signer ou de l'identifier.**

**Tournez la page S.V.P.**

### Information, fidélisation et fidélité

*Aujourd'hui, la fidélisation est devenue l'un des axes privilégiés des stratégies d'entreprise, que ce soit en « Business-to-Business » ou en « Business-to-Consumer ». Ce mouvement est facilité par l'usage des technologies de l'information et de la communication dans l'analyse des données comme dans leur exploitation. À l'inverse, il impose de repenser le système d'information marketing car les possibilités offertes par les progrès technologiques ne doivent pas occulter la question centrale, qui reste celle de la fidélité du client, de l'intérêt qu'elle peut représenter pour l'entreprise, de sa mesure, et de sa modélisation.*

À partir du sujet proposé, vous présenterez une composition structurée mettant en valeur votre réflexion didactique et pédagogique dans le cadre d'un enseignement destiné à des étudiants d'une STS commerciale de votre choix.

Votre proposition comportera une explicitation des références scientifiques pertinentes, des objectifs cognitifs et méthodologiques envisagés, une proposition argumentée de transposition didactique, un exemple de support de formation et un exemple de support d'évaluation. Vous justifierez clairement vos choix.