

LES FIRMES TRANSNATIONALES

→ Un thème au choix dans le I] Des échanges à la dimension du monde (40 % du temps consacré à la géographie).

Thème 1 LES ESPACES MAJEURS DE PRODUCTION ET D'ECHANGES

Thème 2 LES ECHANGES DE MARCHANDISES

Thème 3 LES MOBILITES HUMAINES

Thème 4 LES LIEUX DE COMMANDEMENT ou LES ENTREPRISES TRANSNATIONALES

→ Une possibilité de réorganiser le chapitre selon le cheminement suivant pour en faire une lecture plus cohérente sur le plan géographique :

1] Les firmes transnationales en partant du pays d'origine et de l'acteur

2] Les espaces de production avec interface

3] Les échanges de marchandises à l'échelle du monde

ET POURQUOI PAS ?

Du local au
global,
changement
d'échelle et
emboîtement

→ Ajouter le III] Questions sur la mondialisation (10 % du temps consacré à la géographie) avec la mondialisation et ses contestations, un débat à fort enjeu spatial.

LE THÈME SUR LES MOBILITÉS HUMAINES
EST ÉTUDIÉ À PART

→ Un programme de Géographie et non d'économie

LES ENTREPRISES TRANSNATIONALES	
<p>CONNAISSANCES</p> <p>Les firmes transnationales</p> <p>Ce sont des acteurs importants dans le processus de mondialisation : <u>pays d'origine, stratégies d'investissement et d'implantation, effets socio-spatiaux.</u></p>	<p>DÉMARCHES</p> <p>Une étude de cas : – Une firme transnationale <u>et son implantation mondiale.</u></p> <p>La firme étudiée est mise en contexte en particulier à partir de <u>planisphères des investissements directs à l'étranger (IDE), de l'implantation des sièges sociaux des principales firmes transnationales.</u></p>
<p>CAPACITÉS</p> <p><u>Décrire</u> la stratégie de <u>la firme transnationale choisie pour l'étude de cas.</u></p> <p><u>Localiser et situer</u> les principales zones recevant les investissements des firmes transnationales.</p>	

Thème 2 : LA MONDIALISATION ET SES CONTESTATIONS	
<p>CONNAISSANCES</p> <p>Les effets économiques, sociaux, environnementaux, culturels de la mondialisation font l'objet de débats contradictoires</p>	<p>DÉMARCHES</p> <p><u>Un débat à enjeu spatial fort, au choix.</u></p>

Cela permet de mettre en place un modèle d'analyse « centre/périphérie », d'introduire l'AMM

→ Partir d'une entreprise connue des élèves : l'alliance Renault-Nissan

Une Etude de Cas où on utilise des documents historiques, géographiques, généralistes en associant toutes les dimensions du sujet :

- la stratégie de l'entreprise
- Les effets socio-spatiaux
- Les enjeux spatiaux qui entraînent des contestations



www.global-auto.biz/.../logo_renault.jpg



www.autoexpert.ro/content/misc/sigle/nissan.jpg



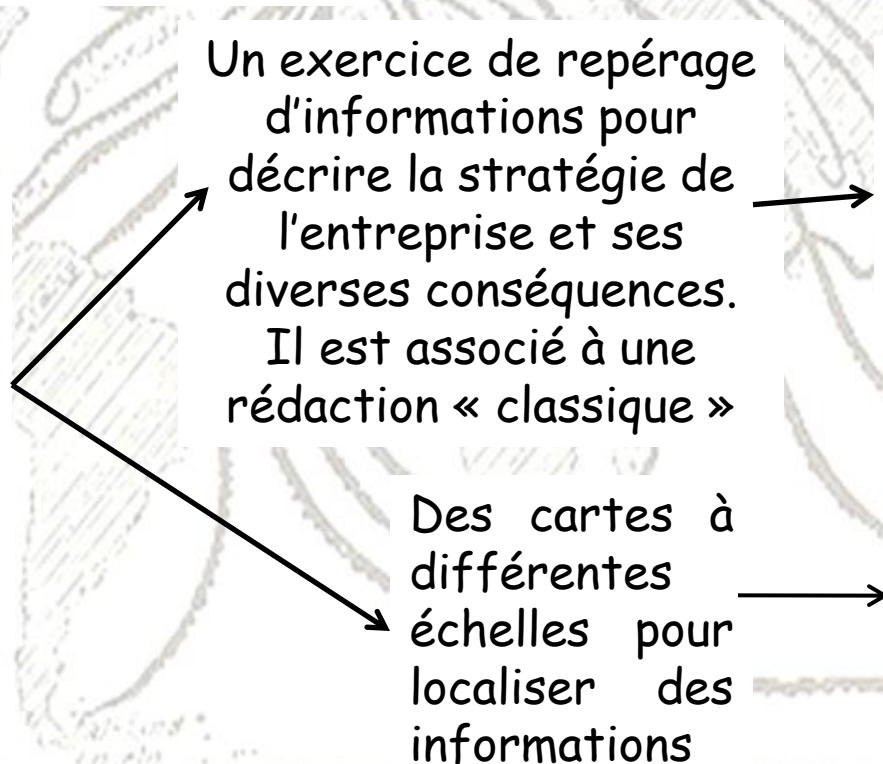
Des exercices conçus autour des capacités demandées par les IO : décrire, localiser et situer. On peut envisager un travail de groupes.

Un exercice de repérage d'informations pour décrire la stratégie de l'entreprise et ses diverses conséquences. Il est associé à une rédaction « classique »

Un quizz pour permettre aux élèves de construire la trace écrite

Des cartes à différentes échelles pour localiser des informations

Varier les formes de la trace écrite



COMMENT CONTEXTUALISER CETTE ETUDE DE CAS ?

9

Quelques
documents clés

Un questionnaire
rapide

Une trace écrite qui
répond à une
problématique
spatiale...

...issue de la
préparation en
amont de la leçon