

## DES THÈMES NATIONAUX À UN TRAVAIL PERSONNEL

### LES ENTREPRISES ET LEURS STRATÉGIES TERRITORIALES : THÈME DE TERMINALE ES

Axes de réflexion	Pistes de travail	Disciplines concernées
<b>Les critères liés aux conditions de production (facteurs jouant sur l'offre)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- qualification de la main d'œuvre (incidence de la formation locale) ; avantages comparatifs ;</li> <li>- qualité des infrastructures et du parc scientifique</li> <li>- incidence des politiques d'accueil (zones franches, fiscalité)</li> <li>- accès aux matières premières à moindre coût (dotations factorielles)</li> </ul>	histoire- géographie, langues vivantes mathématiques, sciences économiques et sociales
<b>Les critères liés à la demande</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- capter une demande spécifique, détourner des quotas</li> <li>- s'implanter dans un lieu identifié par les clients ( quartier des galeries d'art, quartier des bijoutiers...)</li> </ul>	histoire-géographie, langues vivantes, mathématiques, sciences économiques et sociales
<b>Les facteurs culturels</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- recherche d'un savoir-faire spécifique transmis par tradition</li> <li>- recherche d'une image (montres suisses, implantation des entreprises de luxe en France...)</li> <li>- rapports hiérarchiques, modes d'organisation</li> <li>- poids de la langue (détourner un barrage non tarifaire)</li> </ul>	histoire-géographie langues vivantes, mathématiques, philosophie, sciences économiques et sociales
<b>Les possibilités de mobilité</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- réalité d'un changement d'implantation une fois l'entreprise installée (étude de cas)</li> <li>- les délocalisations : avantages inconvénients sur un exemple précis</li> <li>- une mobilité réservée aux FMN et à leurs filiales (rendements croissants, DIPP...)</li> </ul>	histoire- géographie, langues vivantes, mathématiques, sciences économiques et sociales

#### Production finale : supports suggérés :

Elaboration et présentation de cartes (implantation des demandeurs et des producteurs, localisation des matières premières, des réseaux de transports comparée à celle des entreprises...) ; diaporama ; page web ; entretiens avec chefs d'entreprise ; panneaux (présentation des comptes d'une entreprise virtuelle selon qu'elle fait le choix de s'implanter dans telle ou telle nation), etc.