**Planification de séquence**

**Matière :** Géographie

**Thèmes :**  T3 – Approvisionner (Mi – M1)

**Année :** 8P

**Durée du thème** : 8 semaines

**Objectifs du PER :**

## SHS 21 — Identifier les relations existant entre les activités humaines et l'organisation de l'espace…

## SHS 23 — S'approprier, en situation, des outils pertinents pour traiter des problématiques de sciences humaines et sociales…

**Moyens :**

* LE pages 81 à 85
* FE pages 71 à 75

**Composantes du thème :**

* **Mi :** Se questionner sur la production de biens en Suisse pour identifier quelques problématiques qui lui sont liées.
* **M1 :** Prendre conscience qu’un produit est une réponse à l’attente de divers acteurs, que son lancement nécessite une stratégie et qu’il évolue dans le temps pour rester concurrentiel.

**En détails :**

* Étapes de production d’un produit
* Influences sur le prix d’un produit
* Jeu de l’offre et de la demande
* Acteurs influençant les prix
* Lancement d’un produit sur le marché
* Impact des besoins sur notre demande

**Découpage:**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Sem** | **Cours** | **Thèmes / objectifs** | **Activités** |
| **1** | **1** | Premier cours | Distribuer livres / fiches / dossiersIntro : Vacances**Imprimer cartes** : Par groupe de deux, les élèves essaient de repérer les endroits où ils ont été en vacances sur la carte de la Suisse et du monde. Distribuer à chaque élève une **lamelle de post-it.** Ils écrivent l’endroit où ils ont été cet été et ajoute une petite flèche.Afficher une **carte de la Suisse** au tableau : Les élèves viennent par groupe de 2-3 au tableau pour placer leur post-it au bon endroit sur la carte. Faire de même avec la **carte du monde.**Parler des différentes destinations, pourquoi là-bas, … |
| **2** | Intro - Mi | Imaginer un nouveau produitCréer des groupes de 3-4 et leur demander de créer un nouveau produit à vendre. Chaque groupe reçoit « RN Ami-1 » en A3 (**canevas de poster)** et le complète. **LE80 :** Pour les aider à trouver des idées. * Réfléchir à tous les détails : matière, où le fabriquer, combien le vendre, …
 |
| **2** | **3** | Continuer projet du nouveau produit. |
| **4** | Terminer le posterChaque élève complète la **FE71 exercices 1 et 2**. (Expliquer pourquoi ils ont choisi ce produit, pour qui, …) qui servira de support à la présentation du produit. |
| **3** | **5** | Chaque groupe présente son projet en se basant sur les 3 questions : Quoi ? Pour qui ? Raisons 2x ?Collectivement, catégoriser les raisons données pour justifier le projet : * Raison financière : pour gagner plus d’argent, pour que le produit coûte moins cher, etc.

–  Raison technique : nouvelle technologie permettant une innovation/un progrès, ce produit n’existe pas encore, etc. –  Raison sociale : pour satisfaire un besoin/un désir des consommateurs, etc. –  Autre raison...Lister au tableau toutes les caractéristiques auxquelles les élèves ont dû penser pour créer leur produit (prix, lieu de production, matériaux, taille/matière, commandes, Livraison, publicité, etc…) |
| **6** | M1 | Rappel des caractéristiques du produit (cf cours 5). **LE81 :** Regarder le schéma ensemble, lire les encadrés et exemplifier avec des situations réelles. (Exemples qui leur parlent : Youtubeurs et rhinoshield par exemple)**FE125 :** Préparer les cartes Pour jouer au jeu au prochain cours. Expliquer rapidement le déroulement du jeu. (Donner trombones pour qu’ils gardent les cartes. * Pour gagner du temps : Une feuille pour deux
 |
| **4** | **7** | **FE72 ex1:** Relire les règles du jeu, faire un exemple. Chaque duo se crée un jeton (bout de papier rond) et joue env. 15mnMise en commun : Faire ressortir l’équilibre vers lequel tendent les prix : Certaines parties ne verront pas de vainqueurs. Lister les cartes qui ont posé problèmes et pourquoi.**FE72 ex2** : Exemplifier en collectif les situations décrites par des cartes du jeu. Puis, faire l’inventaire des acteurs influençant le prix (acheteur, vendeur, état, … |
| **8** | Rappel des acteurs influençant l’offre et la demande (= Le prix) + Jeu offre/demande**LE83-84** : lire les textes et essayer de catégoriser les acteurs à l’oral ( état, offre, demande, scientifiques, associations, agences de pub) |
| **5** | **9** | **LE83-84** : Terminer les textes / Rappel**FE73 ex1 :** Relier les acteurs à leur catégorie. (Seul ou par deux, puis correction collective)**FE73 ex 2 :** Collectivement, associer les textes des pages LE83-84 aux interactions décrites dans le schéma (comme l’exemple A) |
| **10** | **Marche d’établissement** |
| **6** | **11** | **LE83-84 -** Les élèves relisent chacun pour eux.**FE74 ex 1–** Quelles sont les raisons qui peuvent influencer le lancement d’un nouveau produit ? (enjeux = Convaincre consommateurs. Nouveaux besoins = nouveaux produits) **FE74 ex 2** : Individuellement, les élèves évaluent leurs différents besoins. * Le premier curseur devrait être placé au même endroit pour tous. Le deuxième aura des positions très variables.
* Les scientifiques/pub/actualités peuvent influencer l’importance d’un besoin.
 |
| **12** | Annoncer TS + Distribuer objectifsDistribuer résumé, lire ensemble, clarifier.  |
| **7** | **13** | Vidéo : Production de chocolat (questionnaire)* Discussion ensuite en mettant en évidence les divers aspects théoriques vus jusque-là (concurrence, publicité, prix de production, etc..)
 |
| **14** | **TS – Approvisionnement partie 1 (Mi-M1)** |
| **8** | **15** | Rendre TS – CorrigerDébut M2 |
| **16** |  |  |

**Lien vidéo :**

Production chocolat : <https://www.youtube.com/watch?v=SYk629i45uU&ab_channel=FoodStory>

**Objectifs TS**

« Approvisionnement partie 1 »

Comprendre quels sont les détails d’un produit auxquels penser avant de le mettre sur le marché. (Où produire ? Quelles dimensions ? Comment l’éliminer ? etc…)

Connaitre quelques facteurs qui peuvent influencer le prix du produit (coût de production, transports, écologie, …)

Savoir ce que sont l’offre et la demande et comment le jeu existant entre les deux notions peut influencer le prix d’un produit.

Comprendre comment un acteur peut influencer le prix d’un produit (experts, clients, publicitaires …)

Être capable de mettre ces acteurs en lien avec une catégorie (scientifiques, demande, agence de pub , …)

Comprendre les étapes de fabrication d’un produit avant d’être mis sur le marché.

Être capable d’analyser des documents (textes, images, graphiques) en s’appuyant sur ses connaissances.

Vocabulaire : Offre, demande, concurrence, test pilote, étude de marché, lancement, …

Livre : pages 81 à 85

Fiches : p. 71 à 75