



Jeudi, 16/12/21

X 170

COLLEGE BILINGUE MONTESQUIEU	Département de : Hist / Géo/ ECM	
CLASSE : PREMIERE	Epreuve d'ECM	Evaluation : N
année scolaire : 2021 / 2022	Coef : 2	Date :
Noms et prénoms :		Durée : 2H

PARTIE A : EVALUATION DES RESSOURCES (9 PTS)

A) EVALUATION DES SAVOIRS (5 PTS)

Dans une production cohérente de 10 à 15 lignes, montre les médias sont une épée à double tranchant pour l'opinion publique.

B) EVALUATION DES SAVOIRS – ETRE

Soit l'image ci-dessous :



- 1) Dégage deux attitudes citoyennes exprimées dans ce document (2 PTS)
- 2) Propose deux raisons pour promouvoir ces attitudes (2 PTS)

PARTIR B : EVALUATION DE L'AGIR COMPETENT (9 PTS)

THEME : la recherche de la bonne information

SUPPORTS

Document 1 : L'importance de la publicité

La publicité : toute forme payante de présentation non individualisée d'idées, de biens et de services dans les médias. (...)

· Elle peut servir de multiples objectifs : construire une image à long terme, développer la notoriété d'une marque, diffuser une information relative à une promotion ou à un événement à court terme, etc. La publicité permet en général de toucher une large audience (...)

(...) La publicité est un moyen puissant qui permet à une entreprise de répéter son message à de nombreuses reprises. Elle permet également à l'acheteur de recevoir et de comparer les messages concurrents. (...)

Kotler P., Keller K.L., Dubois M., D., 2006- Marketing management , 12^e édition, Nouveaux horizons, Paris, pp 638 -656

Document 2 : une image publicitaire

Document 2. Une image publicitaire



Document 3 : les dangers de la publicité pour l'agent publicitaire

Article 58. (1) Est puni d'un emprisonnement de cinq à dix ans et d'une amende de 500000 à 10000000 franc ou de l'une de ces deux peines seulement, celui qui diffuse sous sa responsabilité une publicité sur les produits illégaux, notamment les produits de contrefaçon ou de contrebande,

(2) Est puni des prévues à l'alinéa 1 ci-dessus, celui qui fait diffuser sous sa responsabilité, un

produit portant atteintes aux droits d'auteur ou aux droits voisins.

(3) Est puni des mêmes peines, celui qui sous sa responsabilité fait diffuser une publicité imitative dans les conditions prévues aux articles 31 et 32 de la présente loi.

Article 62 (1) Est puni d'une amende de 20000000 à 50000000, celui qui, en violation des dispositions des articles 39 et 40 alinéas 1 et 2 de la présente loi, fait disposer sous sa responsabilité un message publicitaire en faveur des cigarettes et des autres produits du tabac ou de l'alcool et des boissons alcoolisées.

Extrait de la loi N° 2006/ 018 du 29/ 12/2006 régissant la publicité au Cameroun

Consigne : les dérives publicitaires sont légions dans notre société. Rédige une production cohérente dont les grandes lignes reposent sur les tâches ci- après.

- 1) Présente l'importance de la publicité dans les médias (3 PTS)
- 2) Montre à l'aide de trois exemples les dangers de la publicité dans les médias (3 PTS)
- 3) Propose deux mesures efficaces permettant de combattre les dérives publicitaires (3 PTS)

Présentation : 2 PTS

3