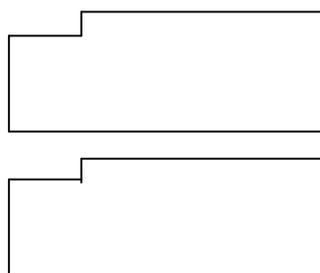


| Pour réussir une synthèse (en SES) | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Je dois... | Je ne dois pas... |
| <ul style="list-style-type: none"> - Expliquer, démontrer. - Utilisez des « . » quand je cite un extrait d'un texte. - Ordonner mes idées du général au particulier. - Structurer mes idées en parties ou § - Etre concis - Introduire et conclure, faire des transitions | <ul style="list-style-type: none"> - Me contenter d'affirmer ou d'énumérer. - Me contenter de paraphraser un document. - Me perdre tout de suite dans les détails. - Donner mon avis (ne pas écrire Je) - Faire du hors sujet ou me répéter - Citer trop ou trop peu d'exemples ou de données statistiques. |

Qu'est-ce qu'un paragraphe (§) ?

A l'intérieur d'une partie, les § permettent de distinguer visuellement les arguments.

- Un paragraphe commence toujours par un alinéa (retrait 1-2 carreaux à la première ligne) et se termine par un retour à la ligne.
- Un paragraphe ne contient pas plus/pas moins d'un argument (1§ = 1argt)



Qu'est-ce qu'un paragraphe argumenté ?

- Annonce d'une idée (une affirmation)
- Explication ou preuve
- Illustration (exemple ou donnée chiffrée)

Par exemple :

Les entreprises ne sont pas forcément toujours à la traîne derrière les besoins des consommateurs-rois qu'elles chercheraient seulement à repérer afin de mieux y répondre pour gagner des parts de marchés. En effet, J. K. Galbraith (1908-2006), économiste américain, a démontré dès les années 1960, que de plus en plus, les entreprises créent de toute pièce les nouveaux besoins des consommateurs, via la publicité notamment afin de leur vendre les nouveaux produits conçus pour accroître la consommation. accélérer le renouvellement des biens d'équipement des ménages notamment. Par exemple, l'introduction de l'appareil photo numérique dans les téléphones portables était largement une idée des industriels pour pousser les consommateurs à accélérer le renouvellement de leur appareil en le rendant obsolète alors même que ce dernier n'était pas hors d'état de marche. Pour qualifier ce phénomène, Galbraith parle de « filière inversée ».