

Royaume du Maroc

مكتب التكوين المهني وإنعاش الشغل

Office de la Formation Professionnelle
et de la Promotion du Travail

Direction de la Recherche et de l'Ingénierie de Formation

Secteur : AGC (Administration, Gestion & Commerce)

PROGRAMME DE FORMATION

Filière : ATV (Agent Techniques de Vente)



DRIF, CDC TERTIAIRE

Version : juillet 2015

REMERCIEMENTS

La DRIF/Le CDC Tertiaire remercie les personnes qui ont participé à l'actualisation de ce programme de formation. Il s'agit de :

	NOM	FONCTION	AFFECTATION	DR
CDC TERTIAIRE	<i>Pour la supervision :</i>			
	Latifa KAMILI	Directrice	CDC TERTIAIRE	DRIF
	Aziza AMIZ	Formatrice Animatrice	CDC TERTIAIRE	DRIF
	<i>Pour la mise à jour :</i>			
	Hayat SAOUAQI	Formatrice Animatrice	CDC TERTIAIRE	DRIF
	Mohamed FAHIM	Formateur Animateur	CDC TERTIAIRE	DRIF
SES	Cornelia BERGER	Experte	SES (SENIOR EXPERT) ALLEMAGNE	SES
	Michael HECHT	Expert	SES (SENIOR EXPERT) ALLEMAGNE	SES
FORMATEURS DU DISPOSITIF	Hassane OIHI	Formateur	ISFOMAS FÈS	CN
	Your HARFOUF	Formateur	ISTA AL ADARISSA FÈS	CN
	Saad LYAZGHI	Formateur	SIDI BABA MEKNÈS	CS
	Bahia HARDI	Formatrice	ISTA 1 SETTAT	CT
	Latifa LABOUAB	Formatrice	ISTA BOUZNIKA	CT
	Ali AARAB	Formateur	CMFP LALLA AICHA CASABLANCA	GC
	Mohammed Redda LOUS	Formateur	ITAG HAY EL MOHAMMEDI	GC
	Afaf ASSAFA	Formatrice	ISTA POLO CASABLANCA	GC
	Fatima SAHIR	Formatrice	ISTA HAY HASSANI 2 CASABLANCA	GC
	Kenza HAJRAOUI	Formatrice	ISTA HAY HASSANI 1 CASABLANCA	GC
	Maha ZHARI	Formatrice	ISTA ROCHES NOIRES CASABLANCA	GC
	Jawad CHARAQQA	Formateur	ISTA KHEMISSSET	NO1
	M'hammed DAOUDI	Formateur	ISTA MAAMORA KENITRA	NO1
	Karima EL OUAZZANI	Formatrice	ISTA MAAMOURA KENITRA	NO1
	Naima KHOULI	Formatrice	ISTA MAAMORA KENITRA	NO1
	Issam BOUZAKHTI	Formateur	ISTA ROUTE BAB SEBTA TÉTOUAN	NO2
	Mohamed BOUZAROUATA	Formateur	ISTA IBN MARHAL TANGER	NO2
	Ahmed AMENNOU	Formateur	ISTA NTIC GUELMIME	PS
	Najoua LAGSOUN	Formatrice	ISTA CITE DE L'AIR EL JADIDA	TA

Remarque importante : *Les utilisateurs de ce document sont invités à communiquer au CDC TERTIAIRE toutes les remarques et suggestions afin de les prendre en considération pour l'enrichissement et l'amélioration de ce programme.*

DRIF

SOMMAIRE

PRÉSENTATION DU PROGRAMME	3
VOCABULAIRE	4
BUTS DE LA FORMATION	4
COMPÉTENCE	4
OBJECTIFS GÉNÉRAUX	4
OBJECTIFS OPÉRATIONNELS	4
PREMIÈRE PARTIE	5
1. SYNTHÈSE DU PROGRAMME D'ÉTUDES	6
2. BUTS DE LA FORMATION	7
3. OBJECTIFS GÉNÉRAUX	8
4. OBJECTIFS OPÉRATIONNELS DE PREMIER ET DE SECOND NIVEAU	10
4.1. DÉFINITION DES OBJECTIFS OPÉRATIONNELS	10
4.2. GUIDE DE LECTURE DES OBJECTIFS OPÉRATIONNELS DE PREMIER NIVEAU	11
A- LECTURE D'UN OBJECTIF DÉFINI EN FONCTION D'UN COMPORTEMENT	11
B- LECTURE D'UN OBJECTIF DÉFINI EN FONCTION D'UNE SITUATION	11
DEUXIÈME PARTIE	13
5. FICHES DES MODULES	16
ARABE	16
COMMUNICATION EN FRANÇAIS	18
ANGLAIS	21
LÉGISLATION DE TRAVAIL/PME	24
MÉTIER ET FORMATION	27
BUREAUTIQUE	30
L'ENTREPRISE ET SON ENVIRONNEMENT	41
LA COMPTABILITÉ	44
STATISTIQUES	47
MARKETING FONDAMENTAL	48
UNIVERS DE LA DISTRIBUTION AU MAROC	53
TECHNIQUES DE VENTES : PARTIE 1	55
VOLET : LA PROSPECTION COMMERCIALE	55
VOLET : ACCUEIL COMMERCIAL	58
VOLET : TECHNIQUES DE NÉGOCIATION	62
CALCULS COMMERCIAUX	65
APPROVISIONNEMENTS	68
MERCHANDISING	72
QUALITÉ, HYGIÈNE ET SÉCURITÉ DE PDV	77

DOCUMENTS COMMERCIAUX ET GESTION DE CAISSE	82
VOLET : DOCUMENTS COMMERCIAUX	82
VOLET : GESTION DE CAISSE	84
LOGICIEL DE GESTION COMMERCIALE	87
TECHNIQUES DE VENTES : PARTIE 2	90
VOLET : GESTION APRÈS-VENTE (GAV)	90
VOLET : TÉLÉVENTE	92
TECHNIQUES DE RECHERCHE D'EMPLOI	97
DOSSIER CRÉATION DE COMMERCE	ERREUR ! SIGNET NON DÉFINI.
PÉRIODE D'APPLICATION EN ENTREPRISE	105

PRÉSENTATION DU PROGRAMME

Le programme **Agent Techniques de Vente** s'inscrit dans les orientations retenues par l'OFPPT concernant la formation professionnelle. Il a été conçu suivant un nouveau cadre d'élaboration des programmes qui exige, notamment, la participation des milieux du travail et de la formation.

Le programme est défini par compétences, formulé par objectifs, découpé par modules. Il est conçu selon une approche globale qui tient compte à la fois de facteurs tels les besoins de formation, la situation de travail, les fins, les buts ainsi que les stratégies et les moyens pour atteindre les objectifs.

Dans le programme, on énonce et structure les compétences minimales que le stagiaire, doit acquérir pour obtenir son diplôme. Ce programme doit servir de référence pour la planification de l'enseignement et de l'apprentissage ainsi que pour la préparation du matériel didactique et du matériel d'évaluation.

La durée du programme est de **1.950** heures ; de ce nombre, **985** heures sont relatives à la première année et **965** heures à l'acquisition de compétences en deuxième année. Chaque année est décomposée en deux semestres d'environ **500 h** chacun. Le programme est divisé en **24** modules dont **plus de 80%** sont dédié à la formation au métier et le reste à la formation générale.

Les Modules sont groupés en Unités de Formation (UF) homogènes afin de faciliter leur affectation aux formateurs concernés tenant compte de leur niveau de maîtrise, historique (cumul des expériences), perfectionnements, etc.

Le programme comprend deux parties :

1. La première, d'intérêt général, présente une vue d'ensemble du projet de formation, elle comprend cinq chapitres. Le premier chapitre synthétise, sous forme de tableau, des données essentielles. Le deuxième définit les buts de la formation, le troisième, les compétences visées, le quatrième, les objectifs généraux. Enfin, le cinquième chapitre apporte des précisions au sujet des objectifs opérationnels.
2. La seconde partie vise davantage les personnes touchées par l'application du programme. On y décrit les objectifs opérationnels de chacun des modules.

VOCABULAIRE

Buts de la formation

Énoncés des intentions éducatives retenus pour le programme. Il s'agit d'une adaptation des buts généraux de la formation professionnelle pour une formation donnée.

Compétence

Ensemble de comportements socio-affectifs ainsi que d'habilités cognitives ou d'habilités psycho-sensori-motrices permettant d'exercer convenablement un rôle, une fonction, une activité ou une tâche.

Objectifs généraux

Expression des intentions éducatives en catégories de compétences à développer chez le stagiaire. Ils servent d'orientation et de regroupement aux objectifs opérationnels.

Objectifs opérationnels

Traduction des intentions éducatives en termes pratiques pour l'enseignement, l'apprentissage et l'évaluation.

Module (Module d'un programme)

Unité constitutive ou composante d'un programme d'études comprenant un objectif opérationnel de premier niveau et les objectifs opérationnels de second niveau qui l'accompagnent

PREMIÈRE PARTIE

1. SYNTHÈSE DU PROGRAMME D'ÉTUDES

Nombre de modules : 24
Durée en heures : 1.950

Unité de Formation & Module	1ère année		2ème année		Total
	1er Semestre	2ème Semestre	1er Semestre	2ème Semestre	
· Arabe	15	15			30
· Communication Écrite et Orale	70	70	70		210
· Anglais Technique		35	35		70
· Bureautique	120				120
UF 1 : Communication et TIC					430
· Métier et formation	15				15
· L'entreprise et son environnement	90				90
· Marketing Fondamental		90			90
· Univers de la distribution au Maroc		45			45
UF 2 : Marketing et Distribution					240
· Comptabilité générale : les concepts de base	90				90
· Statistiques	90				90
· Calculs commerciaux		90			90
UF 3 : TQG (Techniques Quantitatives de Gestion)					270
· Approvisionnements			80		80
· Merchandising			90		90
· Qualité, Hygiène et sécurité			30		30
· Emballage, Marquage et Étiquetage			30		30
· Documents Commerciaux et Gestion de Caisse			60		60
· Logiciel de Gestion Commerciale			60		60
UF 4 : Gestion de Point de Vente					350
· Techniques de Ventes Partie 1		150			150
· Techniques de Ventes Partie 2				90	90
· e-commerce				60	60
UF 5 : Techniques de Vente					315
· Législation de travail/PME			30		30
· Dossier création d'entreprise				60	60
· Recherche d'emploi				30	30
· Stages en entreprises				240	240
UF 6 : Insertion professionnelle					360
TOTAL	490	495	485	480	1 950

2. BUTS DE LA FORMATION

Les buts de la formation en vente sont définis à partir des buts généraux de la formation professionnelle et en tenant compte, en particulier, de la situation de travail. Ces buts sont :

1. *Rendre la personne efficace dans l'exercice d'une profession*

- l'acquisition des habilités intellectuelles qui rendent possibles des choix judicieux au moment de l'exécution des tâches ;
- le développement des compétences d'analyse et de résolution de problème reliés à l'exécution des tâches ;
- le renforcement des habitudes de précision et de rapidité dans l'exécution des tâches reliées au travail du vendeur ;
- le développement d'attitudes et d'habilités à communiquer efficacement avec ses supérieurs et collègues, en faisant un bon usage de français et de l'anglais à titre de langue secondaire ;
- le développement des attitudes d'éthique professionnelle et le sens des responsabilités
- le développement et l'éthique professionnelle au regard de la confidentialité de l'information sur la clientèle ;
- Le développement d'habilités à appliquer un processus de résolution de problèmes qui favorise la prise de décision judicieuse.

2. *Assurer l'intégration de la personne à la vie professionnelle*

- Lui faire connaître ses droits et responsabilités ;
- Lui faire connaître le marché du travail, en général, et le contexte du métier en particulier ;
- Lui permettre de se familiariser avec le métier en l'intégrant à un milieu de travail.

3. *Favoriser l'évolution et l'approfondissement des savoirs professionnels*

- Lui permettre de développer son initiative, sa créativité, son autonomie, le goût de la réussite et le sens des responsabilités ; d'informer, se documenter, consolider, enrichir et actualiser ses compétences ;
- Lui permettre de développer le souci de la qualité dans l'exécution de ses tâches ;
- Lui permettre de comprendre des concepts reliés aux techniques et aux outils de travail en constante évolution ;
- Lui permettre d'acquérir des méthodes de travail efficaces : planification et gestion de son temps ;
- Lui permettre d'acquérir certaines attitudes essentielles à son bien être professionnel.

4. *Favoriser la mobilité professionnelle de la personne*

- Lui permettre d'acquérir une solide formation de base ;
- Lui permettre de développer des attitudes positives à l'égard des changements professionnels et technologiques ;
- Lui permettre d'accroître sa capacité d'apprendre, de s'informer et de se documenter ;
- Lui permettre de se préparer à la recherche dynamique d'un emploi.

3. OBJECTIFS GÉNÉRAUX

Les objectifs généraux du programme « **Agent Technique de Vente** » sont présentés ci-après. Ils sont accompagnés des énoncés de compétences liées à chacun des objectifs opérationnels de premier niveau qu'ils regroupent :

1. Développer chez le stagiaire les compétences nécessaires pour l'intégration harmonieuse au milieu de formation et au milieu du travail :

- Se situer au regard du métier et de la démarche de formation ;
- Utiliser les moyens de recherche d'emploi ;
- S'intégrer au milieu de travail.

2. Développer chez le stagiaire les compétences nécessaires pour l'utilisation des outils informatiques :

- Mettre en œuvre les outils Bureautique courants ;
- Pratiquer les logiciels de gestion.

3. Développer chez le stagiaire les compétences nécessaires pour communiquer en milieu de travail :

- Communiquer en milieu de travail ;
- Appliquer des notions d'Arabe commercial ;
- Appliquer des notions de Français à la vente ;
- Appliquer des notions d'Anglais commercial.

4. Faire acquérir au stagiaire les compétences nécessaires à la vente en magasin :

- Réaliser la prise de contact ;
- Interpréter le comportement des acheteurs ;
- Assurer la qualité du service à la clientèle ;
- Présenter un produit ou un service ;
- Vendre en magasin ;
- Gérer les paiements ;
- Effectuer des opérations liées à télévente.

5. Faire acquérir au Stagiaire les compétences nécessaires pour effectuer des actions commerciales :

- Appliquer les techniques du Marketing et du merchandising ;
- Promouvoir un produit ou un service ;
- Prospecter la zone de chalandise.

6. Faire acquérir au stagiaire les compétences nécessaires aux opérations administratives :

- Appliquer les notions d'arithmétique commerciale ;
- Effectuer les opérations liées à la gestion du magasin ;

- Appliquer les procédures ;
- Appliquer les techniques Bureautique.

7. Faire acquérir au stagiaire les compétences nécessaires pour tenir le magasin :

- Effectuer les opérations liées à l'approvisionnement ;
- Effectuer les opérations liées à la gestion du magasin.

4. OBJECTIFS OPÉRATIONNELS DE PREMIER ET DE SECOND NIVEAU

4.1. DÉFINITION DES OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

Un objectif opérationnel de premier niveau est défini pour chacune des compétences visées conformément à leur présentation au chapitre 3 ; celles-ci sont structurées et articulées en un projet intégré de formation permettant de préparer le stagiaire à la pratique d'un métier. Cette organisation systémique des compétences produit des résultats qui dépassent ceux de la formation par éléments isolés. Une telle façon de procéder assure, en particulier, la progression harmonieuse d'un objectif à un autre, l'économie dans les apprentissages, en évitant les répétitions inutiles, l'intégration et le renforcement d'apprentissages, etc.

Les objectifs opérationnels de premier niveau constituent les cibles principales et obligatoires de la formation. Ils sont pris en considération pour l'évaluation aux fins de la sanction des études. Ils sont définis en fonction d'un comportement ou d'une situation et présentent, selon le cas, les caractéristiques suivantes :

- Un objectif défini en fonction d'un comportement est un objectif relativement ferme qui décrit des actions et des résultats attendus du stagiaire au terme d'une étape de sa formation. L'évaluation porte sur les résultats attendus ;
- Un objectif défini en fonction d'une situation est un objectif relativement ouvert qui décrit les phases d'une situation éducatives dans laquelle on place le stagiaire. Les produits et les résultats varient d'un stagiaire à un autre. L'évaluation porte sur la participation du stagiaire aux activités proposées selon le plan de mise en situation.

Les objectifs opérationnels de second niveau servent de repères quant aux apprentissages préalables à ceux qui sont *directement requis* pour l'atteinte d'un objectif de premier niveau. Ils sont groupés en fonction des précisions (voir 4.2.A.) ou des phases (voir 4.2.B.) de l'objectif opérationnel de premier niveau.

REMARQUES

Les objectifs opérationnels de premier et de second niveau supposent la distinction nette de deux paliers d'apprentissages :

- Au premier palier, les apprentissages qui concernent les savoirs préalables ;
- Au second palier, les apprentissages qui concernent la compétence.

Les objectifs opérationnels de second niveau indiquent les savoirs préalables. Ils servent à préparer les stagiaires à entreprendre correctement les apprentissages directement nécessaires à l'acquisition d'une compétence. On devrait toujours les adopter aux besoins particuliers des stagiaires ou des groupes de formation.

Les objectifs opérationnels de premier niveau guident les apprentissages que les stagiaires doivent faire pour acquérir une compétence :

- Les précisions ou les phases de l'objectif déterminent ou orientent des apprentissages particuliers à réaliser, ce qui permet le développement d'une compétence de façon progressive par éléments ou par étapes ;
- L'ensemble de l'objectif (les six composantes et particulièrement la dernière phase de l'objectif de situation, voir 4.2) détermine ou oriente des apprentissages globaux, d'intégration et de synthèse ; cela permet de parfaire le développement d'une compétence.

Pour atteindre les objectifs, des activités d'apprentissages pourraient être préparées de la façon suivante :

- Des activités particulières pour les objectifs de second niveau ;
- Des activités particulières pour des précisions ou des phases des objectifs de premier niveau ;
- Des activités globales pour les objectifs de premier niveau.

4.2. GUIDE DE LECTURE DES OBJECTIFS OPÉRATIONNELS DE PREMIER NIVEAU

A- lecture d'un objectif défini en fonction d'un comportement

Un objectif défini en fonction d'un comportement comprend six composantes. Les trois premières composantes donnent une vue d'ensemble de l'objectif :

- le comportement attendu présente une compétence, comme le comportement global attendu à la fin des apprentissages dans le cadre d'un module ;
- Les conditions d'évaluation définissent ce qui est nécessaire ou permis au stagiaire au de vérifier s'il a atteint l'objectif ; on peut ainsi appliquer les mêmes conditions d'évaluation partout ;
- Les critères généraux de performances définissent des exigences qui permettent de voir globalement si les résultats obtenus sont satisfaisants.

Les trois dernières composantes permettent d'avoir une vue précise et une compréhension univoque de l'objectif :

- Les précisions sur le comportement attendu décrivent les éléments essentiels des compétences sous la forme de comportements particuliers ;
- Les critères particuliers de performance définissent des exigences à respecter et accompagnent habituellement chacune des précisions. Ils permettent de porter un jugement plus éclairé sur l'atteinte de l'objectif ;
- Le champ d'application de la compétence précise les limites de l'objectif, le cas échéant. Il indique si l'objectif s'applique à une ou à plusieurs tâches, à une ou plusieurs professions, à un ou plusieurs domaines, etc.

B- Lecture d'un objectif défini en fonction d'une situation

Un objectif défini en fonction d'une situation comprend six composantes :

- **L'intention poursuivie** présente une compétence, comme une intention à poursuivre tout au long des apprentissages dans le cadre d'un module ;
- **Les précisions** mettent en évidence l'essentiel de la compétence et permettent une meilleure compréhension de l'intention poursuivie.

- **Le plan de mise en situation** décrit, dans ses grandes lignes, la situation éducative dans laquelle on place le stagiaire pour lui permettre d'acquérir la compétence visée. Il comporte habituellement trois phases d'apprentissage telles :
 - ✓ une phase d'information ;
 - ✓ une phase de réalisation, d'approfondissement ou d'engagement ;
 - ✓ une phase de synthèse, d'intégration et d'auto évaluation.
- **Les conditions d'encadrement** définissent des balises à respecter et des moyens à mettre en place, de façon à rendre possibles les apprentissages et à avoir les mêmes conditions partout. Elles peuvent comprendre des principes d'action ou des modalités particulières.
- **Les critères de participation** décrivent les exigences de participation que le stagiaire doit respecter pendant l'apprentissage. ils portent sur la façon d'agir et non sur des résultats à obtenir en fonction de la compétence visée. Des critères de participation sont généralement présentés pour chacune des phases du plan de mise en situation.
- **Le champ d'application de la compétence** précise les limites de l'objectif, le cas échéant. Il indique si l'objectif s'applique à une ou à plusieurs tâches, à une ou plusieurs professions, à un ou plusieurs domaines, etc.

DEUXIÈME PARTIE

Remarque : Afin de faciliter l'affectation des modules par les directions pédagogiques aux formateurs concernés, il est proposé des unités de formation regroupant des modules homogènes. Cette approche reste, bien sûr, facultative et à gérer selon les contraintes de chaque EFP. Les unités proposées sont comme suit :





Unité 4

La Gestion du point de vente :

Approvisionnements (Achats, Stocks) ;
Merchandising ;
Qualité, Hygiène et sécurité ;
Marquage et étiquetage ;
Documents commerciaux et Gestion de Caisse (y compris Moyens de paiements).



Unité 5

Vente :

Vente 1 & 2 :
Prospection commerciale, Accueil, Négociation et vente, Gestion après vente, Télévente ;
E-commerce.



Unité 6

Insertion professionnelle :
Législation de travail/PME ;
Dossier Création d'entreprise (un commerce) ;
Techniques de recherche d'emploi ;
Stages en entreprise.



5. FICHES DES MODULES

EGT1	ARABE	Durée : 30 h
OBJECTIFS OPÉRATIONNELS DE PREMIER NIVEAU DE COMPORTEMENT		
<p>COMPORTEMENT ATTENDU :</p> <p>Pour démontrer sa compétence, le stagiaire doit Appliquer les notions d'Arabe commercial selon les conditions, les critères et les précisions suivants :</p> <p>1. Conditions d'évaluation :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Travail individuel ; • Échange commercial oral ou écrit. <p>2. Critères généraux de performance :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Respect des règles de grammaires et d'orthographe ; • Respect du fond et de la forme. 		
PRÉCISIONS SUR LE COMPORTEMENT ATTENDU		CRITÈRES PARTICULIERS DE PERFORMANCE
1. Accueillir un visiteur en langue arabe		<ul style="list-style-type: none"> ✓ Le message est bien compréhensible ; ✓ Le stagiaire s'exprime avec enthousiasme ; ✓ Le stagiaire a le sourire ;
2. Questionner en langue arabe		<ul style="list-style-type: none"> ✓ Pose des questions ouvertes, fermées, d'approfondissement...
3. Faire des interventions d'appui		<ul style="list-style-type: none"> ✓ Argumente en utilisant les caractéristiques et avantages ; ✓ Utilise le langage et les expressions de l'interlocuteur.
4. Argumenter par téléphone		<ul style="list-style-type: none"> ✓ Reformule correctement ✓ Réagit conformément à l'interlocuteur
5. Effectuer une correspondance en Arabe		<ul style="list-style-type: none"> ✓ Rédige correctement une proposition commerciale ; ✓ Rédige correctement une offre commerciale ; ✓ Rédige correctement une lettre de réclamation ou pour répondre à une réclamation.
ATV		EGT1

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS DE SECOND NIVEAU

LE STAGIAIRE DOIT MAITRISER LES SAVOIRS, SAVOIR-FAIRE, SAVOIR-PERCEVOIR OU SAVOIR-ÊTRE, DIRECTEMENT REQUIS POUR L'ATTEINTE DE L'OBJECTIF DE PREMIER NIVEAU, TEL QUE :

Avant d'accueillir un visiteur en langue arabe (A) :

- ✓ Peut exprimer différents messages d'accueil en arabe.
- ✓ Connaît différentes expressions en fonction des coutumes régionales.
- ✓ Peut exprimer un non verbal en accord avec le message.

Avant de questionner en langue arabe (B) :

- ✓ Connaître une liste de questions ouvertes à poser.
- ✓ A préparé une liste de questions fermées ou d'orientation.

Avant de faire des interventions d'appui (C) :

- ✓ Est capable de reformuler dans le langage de l'interlocuteur en langue arabe.

Avant d'argumenter (D) :

- ✓ A préparé un argumentaire en arabe.
- ✓ Comprend le besoin du client en langue arabe.

Avant de conclure la vente ou la négociation (E) :

- ✓ A préparé différents types de conclusions en arabe.
- ✓ Est capable d'identifier des signaux d'achat liés à la culture arabe.

Avant d'effectuer une correspondance en Arabe (F) :

- ✓ Maîtrise les signes de l'alphabet arabe.
- ✓ Maîtrise les règles d'orthographe et de grammaire arabe.
- ✓ Maîtrise les règles de forme d'une lettre commerciale en Arabe.
- ✓ Se met à la place du client pour en mesurer l'impact.

ATV

EGT1

EGT2	COMMUNICATION EN FRANÇAIS	Durée : 210 h
OBJECTIFS OPÉRATIONNELS DE PREMIER NIVEAU DE SITUATION		
<p>INTENTION POURSUIVIE</p> <p>Acquérir la compétence pour Communiquer en milieu de travail, en tenant compte des précisions et en participant aux activités proposées selon le plan de mise en situation, les conditions et les critères qui suivent.</p> <p>PRÉCISIONS</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Connaître les principes de base et les principales techniques de communication interpersonnelle. ✓ Comprendre l'importance de la communication pour le travail. ✓ Appliquer des principes et des techniques de communication ✓ Appliquer les techniques et les principes relatifs au travail d'équipe ✓ Être consciente ou conscient de ses forces et de ses limites quant à sa façon de communiquer. <p>PLAN DE MISE EN SITUATION</p> <p>PHASE 1 : Information sur les principes généraux de la communication :</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ S'informer sur les éléments du processus de communication. ✓ Inventorier les obstacles à la communication. ✓ S'informer sur les éléments permettant une communication efficace. ✓ S'informer sur la communication non verbale. ✓ À partir de situations vécues dans sa vie personnelle ou professionnelle, examiner sa façon de communiquer en reconnaissant son style de communication ainsi que ses points forts et ses points faibles. <p>PHASE 2 : Sensibilisation à la réalisation de travaux en équipe :</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ S'informer sur le fonctionnement d'équipes de travail. ✓ Observer le fonctionnement d'équipes de travail et constater l'influence d'une bonne communication sur l'adaptation des personnes au changement. ✓ S'informer sur les principales étapes permettant de résoudre des problèmes en équipe. ✓ Expérimenter des techniques de travail créatif en équipe. ../.. 		
ATV	EGT2	

OBJECTIF OPÉRATIONNEL DE PREMIER NIVEAU DE SITUATION (suite)

PHASE 3 : Sensibilisation aux techniques de communication :

- ✓ Conduire une réunion d'ordre professionnel : définir une date, un lieu et un ordre de jour, savoir renseigner une réunion, prendre parole en public.
- ✓ Mener à bien un entretien d'ordre professionnel : préparer un argumentaire, préciser l'objet de l'entretien, savoir argumenter et conclure l'entretien.

PHASE 4 : Évaluation de sa façon de communiquer :

- ✓ Faire le bilan de ses points forts et de points faibles relativement à sa façon de communiquer avec des collègues, des patronnes ou des patrons et la clientèle.
- ✓ Faire le bilan des habiletés acquises dans ce module.
- ✓ Indiquer des moyens à prendre pour s'améliorer en matière de communication.

CONDITIONS D'ENCADREMENT

- ✓ Créer un climat de confiance et d'ouverture.
- ✓ Utiliser de façon importante les techniques du jeu de rôle et de simulation dans des mises en situation représentatives du milieu du travail.
- ✓ Faciliter les échanges d'opinions par l'utilisation des techniques d'animation.
- ✓ Encourager et soutenir les élèves éprouvant des difficultés à communiquer.
- ✓ Encourager les élèves à expérimenter de nouveaux comportements.
- ✓ Privilégier le travail en sous-groupe en s'assurant que les personnes puissent à tour de rôle, participer à des situations et les observer.
- ✓ Fournir des grilles facilitant l'observation et l'analyse des mises en situation.
- ✓ Guider la démarche d'évaluation des élèves, en ce qui a trait à leur façon de communiquer, en leur fournissant des outils appropriés (questionnaires ou grilles d'analyse).

CRITÈRES DE PARTICIPATION

PHASE 1 :

- ✓ Consulte les sources d'information mises à sa disposition.
- ✓ Recueille des données.
- ✓ S'applique à examiner sa façon de communiquer.

PHASE 2 :

- ✓ Relève les éléments qui facilitent l'adaptation des personnes au changement.
- ✓ Accepte d'expérimenter diverses techniques de travail en équipe.
- ✓ Participe aux activités d'information.

PHASE 3 :

- ✓ Manifeste le souci d'apprendre en participant avec sérieux aux activités.
- ✓ Adopte un langage et un comportement acceptables pour le contexte.
- ✓ Utilise les outils d'observation et d'analyse fournis.
- ✓ Accepte d'expérimenter différents rôles.

PHASE 4 :

- ✓ Présente un bilan de sa façon de communiquer.

ATV

EGT2

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS DE SECOND NIVEAU

LE STAGIAIRE DOIT MAÎTRISER LES SAVOIRS, SAVOIR -PERCEVOIR OU SAVOIR-ÊTRE JUGES PRÉALABLES AUX APPRENTISSAGES DIRECTEMENT REQUIS POUR L'ATTEINTE DE L'OBJECTIF DE PREMIER NIVEAU, TELS QUE :

Avant d'entreprendre d'ensemble des phases :

- A. Rappeler les principes de base de la grammaire française.
- B. Entraîner le stagiaire au résumé de texte.
- C. Entraîner le stagiaire à la prise de notes.
- D. Décrire la façon de consulter les outils de références usuels.
- E. Décrire les parties d'un écrit professionnel commercial.
- F. Présenter les divers écrits professionnels selon leurs objets.
- G. Présenter les règles à respecter lors de l'établissement du document

Avant d'entreprendre des activités de la phase 2 (Sensibilisation à la réalisation de travaux en équipe) :

- H. Reconnaître les obstacles à la créativité

Avant d'entreprendre des activités de la phase 3 (Sensibilisation aux techniques de communication) :

- I. Connaître les divers types de réunions.
- J. Expliquer les divers types d'entretien.

ATV

EGT2

EGT3	ANGLAIS	Durée : 70 h
OBJECTIFS OPÉRATIONNELS DE PREMIER NIVEAU DE COMPORTEMENT		
<p>COMPORTEMENT ATTENDU</p> <p>Pour démontrer sa compétence, l'élève doit Communiquer en anglais selon les conditions, les critères et les précisions qui suivent.</p> <p>CONDITIONS D'ÉVALUATION</p> <p>Travaux effectués à partir de situations représentatives du milieu des affaires et consistant :</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ À prendre en dictée un texte comportant des difficultés d'orthographe d'usage et grammaticale ; ✓ À traduire un texte du français à l'anglais. ✓ À prendre en note le contenu d'un message verbal, à partir d'une mise en situation. <p>Sans outil de références pour la dictée.</p> <p>CRITÈRES GÉNÉRAUX</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Respecter des règles d'orthographe d'usage et grammaticale. 		
<p>PRÉCISIONS SUR LE COMPORTEMENT ATTENDU</p> <p>A. Analyser grammaticalement des textes.</p> <p>B. Accorder des termes :</p>	<p>CRITÈRES PARTICULIERS DE PERFORMANCE</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Reconnaissance exacte de la nature et de la fonction des mots. ✓ Détermination appropriée du genre et du nombre Des mots ✓ Accords appropriés des : <ul style="list-style-type: none"> • Noms ; • Déterminants ; • Pronoms ; • Adjectifs ; • Participes. <p style="text-align: right;">.../...</p>	
ATV	EGT3	

OBJECTIF OPÉRATIONNEL DE PREMIER NIVEAU DE COMPORTEMENT (suite)	
PRÉCISIONS SUR LE COMPORTEMENT ATTENDU	CRITÈRES PARTICULIÈRES DE PERFORMANCE
C. Accorder et conjuguer des verbes.	<ul style="list-style-type: none"> • Accord approprié, en nombre et en personne, avec le sujet. • Respect du temps, du mode, de la personne et des règles de concordance des temps.
D. Orthographier des textes.	<ul style="list-style-type: none"> • Orthographe appropriée des mots. • Utilisation des signes appropriés. • Emplacement approprié des signes.
E. Ponctuer des textes.	<ul style="list-style-type: none"> • Utilisation appropriée du vocabulaire d'affaires. • Respect de la structure des phrases simples et complexes. • Respect des règles de ponctuation • Accord approprié des mots.
F. Corriger des textes.	<ul style="list-style-type: none"> • Reconnaissance exacte de l'objet. • Présence des idées principales. • Présence des détails importants à retenir.
G. Prendre en note le contenu de messages verbaux.	<ul style="list-style-type: none"> • Reconnaissance des idées principales. • Reconnaissance des idées secondaires. • Reconnaissance de l'idée générale.
H. Traduire des textes du français à l'anglais et vice versa.	<ul style="list-style-type: none"> • Il s'agit de traduire les documents suivants : <ul style="list-style-type: none"> ➤ Documents d'achats ; ➤ Documents de ventes ; • Respect des normes ; • Respect des règles d'orthographe ; • Indication des informations nécessaires.
I. Traduire les documents commerciaux de l'entreprise.	
J. J. Rédiger en anglais, des écrits professionnels.	
ATV	EGT3

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS DE SECOND NIVEAU

LE STAGIAIRE DOIT MAÎTRISER LES SAVOIRS, SAVOIR-FAIRE, SAVOIR-PERCEVOIR OU SAVOIR ÊTRE JUGES PRÉALABLES AUX APPRENTISSAGES DIRECTEMENT REQUIS POUR L'ATTEINTE DE L'OBJECTIF DE PREMIER NIVEAU, TELS QUE :

Avant d'apprendre à analyser grammaticalement des textes (A) :

1. Utiliser une grammaire et un dictionnaire.
2. Interpréter le vocabulaire d'affaires.

Avant d'apprendre à orthographier des textes (D) :

3. Décrire la façon de consulter les outils de référence usuels.

Avant d'apprendre à traduire des textes (H) :

4. Utiliser et interpréter les mots techniques et le vocabulaire commercial.

Avant d'apprendre à rédiger en anglais, des écrits professionnels (J) :

5. lister et expliquer chaque écrit.

ATV

EGT3

EGT4	LÉGISLATION DE TRAVAIL/PME	Durée : 30 h
OBJECTIF OPÉRATIONNEL DE PREMIER NIVEAU DE COMPORTEMENT		
<p>COMPORTEMENT ATTENDU</p> <p>Pour démontrer sa compétence, le stagiaire doit Connaître les règles de la législation de travail marocaine selon les conditions, les critères et les précisions qui suivent.</p> <p>CONDITIONS D'ÉVALUATION</p> <ul style="list-style-type: none"> • À partir des études de cas, mise en situation, consignes du formateur, toute documentation nécessaire • À l'aide de : Nouveau Code de travail <p>CRITÈRES GÉNÉRAUX</p> <ul style="list-style-type: none"> • Respect de la démarche juridique • Respect des principes de gestion de temps • Respect des pratiques et courantes et des règles établies par l'entreprise • Vérification appropriée du travail 		
PRÉCISIONS SUR LE COMPORTEMENT ATTENDU		CRITÈRES PARTICULIERS DE PERFORMANCE
A. Décrire les principaux types de contrats	Distinction des caractéristiques des contrats : <ul style="list-style-type: none"> • Contrat synallagmatique • Contrat à titre onéreux • Contrat à exécution successive • Contrat conclu intuitu-personae • Contrat d'adhésion 	
B. Élaboration de modèle de contrats de travail	Élaboration d'un contrat à durée déterminée Élaboration d'un contrat à durée indéterminée. Préparer un contrat à l'essai	

OBJECTIF OPÉRATIONNEL DE PREMIER NIVEAU DE COMPORTEMENT (suite)

**PRÉCISIONS SUR LE
COMPORTEMENT ATTENDU**

C. Conclure un contrat de travail

D. Exécuter un contrat de travail

E. La cessation du contrat de travail.

**CRITÈRES PARTICULIÈRES DE
PERFORMANCE**

- Respect du formalisme
 - Respect des règles de protection :
 - du mineur
 - des personnes majeures
 - prise en compte de la clause de non concurrence
 - prise en compte de la réglementation et des usages en vigueur
-
- Connaissance des principaux droits et obligations de l'employeur
 - La rémunération du salarié
 - La durée, le repos et le congé
 - Hygiène, sécurité et médecine du travail
 - Prévention et réparation des accidents de travail et des maladies professionnelles
 - Sécurité sociale et formation professionnelle
 - Connaissance des principaux droits et obligations du salarié
-
- Connaissance de conséquences juridiques de la Cessation provisoire (suspension du contrat de travail) :
 - Connaissance de conséquences juridiques de la cessation définitive
 - La cessation du contrat à durée déterminée
 - Cessation du contrat à durée indéterminée
 - Respect du préavis
 - Connaissance de la protection du salarié contre la rupture abusive du contrat de travail :
 - L'indemnité de licenciement
 - Le reçu pour solde de tout compte
 - Le certificat de travail

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS DE SECOND NIVEAU

LE STAGIAIRE DOIT MAÎTRISER LES SAVOIRS, SAVOIR-FAIRE, SAVOIR-PERCEVOIR OU SAVOIR ÊTRE JUGES PRÉALABLES AUX APPRENTISSAGES DIRECTEMENT REQUIS POUR L'ATTEINTE DE L'OBJECTIF DE PREMIER NIVEAU, TELS QUE :

Avant de décrire les principaux types de contrats (A) :

- ✓ Définir le droit du travail
- ✓ les rapports individuels
- ✓ Rapports collectifs
- ✓ Les sources du droit de travail
 - La constitution
 - La loi
 - Le règlement
 - La jurisprudence
 - Les sources professionnelles
 - Les conventions collectives
 - Les usages
 - Le règlement intérieur de l'entreprise
 - Les sources internationales

Avant d'exécuter un contrat de travail (D) :

- ✓ Connaître la Caisse nationale de sécurité sociale
- ✓ Connaître l'Office de la formation professionnelle

ATV

M01	MÉTIER ET FORMATION	Durée : 15 h
OBJECTIF OPÉRATIONNEL DE PREMIER NIVEAU DE SITUATION		
INTENTION POURSUIVIE		
<p>Acquérir la compétence pour Se situer au regard du métier et de la démarche de formation en tenant compte des précisions en participant aux activités proposées selon le plan de mise en situation, les conditions et les critères qui suivent.</p>		
PRÉCISIONS		
<ul style="list-style-type: none"> • Connaître la réalité du métier. • Comprendre le projet de formation. • Confirmer son orientation professionnelle. 		
PLAN DE MISE EN SITUATION		
PHASE 1 : Information sur le métier :		
<ul style="list-style-type: none"> • S’informer sur les caractéristiques du marché du travail dans le domaine d’ATV : milieux de travail, perspectives d’emploi, rémunération, possibilités d’avancement et de mutation et les critères d’embauche des candidates et candidats. • S’informer sur la nature et les exigences de l’emploi (tâches, conditions de travail, etc.) • Présenter des données recueillies et discuter de sa perception du métier. • S’informer sur la possibilité de créer son entreprise ou de travailler à son compte. 		
PHASE 2 : Information sur le projet de formation et engagement dans la démarche :		
<ul style="list-style-type: none"> • Discuter des habiletés, des aptitudes et des connaissances nécessaires pour pratiquer le métier. • S’informer sur le projet de formation : programme d’études, démarche de formation, modes d’évaluation, sanction des études. • Discuter de la pertinence du programme de formation par rapport à la situation de travail. 		

OBJECTIF OPÉRATIONNEL DE PREMIER NIVEAU DE SITUATION (suite)

PHASE 3 : **Évaluation et confirmation de son orientation :**

- ✓ Préciser ses goûts, ses aptitudes, ses champs d'intérêt et ses qualités personnelles.
- ✓ Comparer ses goûts, ses aptitudes, ses champs d'intérêt et ses qualités personnelles avec les exigences liées au travail du Vendeur.
- ✓ Reconnaître les forces qui facilitent son travail ainsi que les faiblesses qu'il faudra palier.
- ✓ Donne les raisons qui motivent son choix de poursuivre ou non la démarche de formation.

CONDITIONS D'ENCADREMENT

- ✓ Créer un climat d'épanouissement personnel et d'intégration professionnelle.
- ✓ Privilégier les échanges d'opinions entre les stagiaires et favoriser l'expression de toutes et de tous.
- ✓ Motiver les stagiaires à entreprendre les activités proposées.
- ✓ Permettre aux stagiaires d'avoir une vue juste du métier.
- ✓ Fournir aux stagiaires les moyens d'évaluer leur orientation professionnelle avec honnêteté et objectivité.
- ✓ Organiser des visites d'entreprises représentatives des principaux milieux de travail.
- ✓ Assurer la disponibilité de la documentation pertinente : information sur le métier, programmes de formation, guides, etc.
- ✓ Organiser une rencontre avec des spécialistes du métier.

CRITÈRES DE PARTICIPATION

PHASE 1 :

- ✓ Recueille des données sur la majorité des sujets à traiter.
- ✓ Exprime sa perception du métier au moment d'une rencontre de groupe en faisant le lien avec les données recueillies.

PHASE 2 :

- ✓ Donne son opinion sur quelques exigences auxquelles il faut satisfaire pour pratiquer le Métier.
- ✓ Écoute attentivement les explications.
- ✓ Explique sa perception du programme de formation.
- ✓ Exprime clairement ses réactions.

PHASE 3 :

- ✓ Présente un sommaire de ses goûts, de ses champs d'intérêt, de ses aptitudes et de ses qualités personnelles.
- ✓ Justifie sa décision quant à poursuivre ou non le programme de formation.

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS DE SECOND NIVEAU

LE STAGIAIRE DOIT MAÎTRISER LES SAVOIRS, SAVOIR-FAIRE, SAVOIR-PERCEVOIR OU SAVOIR ÊTRE JUGES PRÉALABLES AUX APPRENTISSAGES DIRECTEMENT REQUIS POUR L'ATTEINTE DE L'OBJECTIF DE PREMIER NIVEAU, TELS QUE :

Avant d'entreprendre les activités de chacune des phases :

1. Être réceptive ou réceptif à l'information relative au métier et à la formation
2. Prendre conscience de l'importance de partager sa perception du métier avec les autres Personnes du groupe.

Avant d'entreprendre des activités de la phase 1, information sur le métier :

3. Repérer des données.
4. Déterminer une façon de noter et de présenter des données
5. Distinguer les tâches du poste de travail.
6. Donner le sens de qualification requise au seuil d'entrée sur le marché du travail.
7. Expliquer les principales règles permettant de discuter correctement en groupe.

Avant d'entreprendre des activités de la phase 2, information sur le projet de formation et Engagement dans la démarche :

8. Distinguer les habiletés des aptitudes et des connaissances nécessaires pour exercer un métier.
9. Décrire la nature, la fonction et le contenu d'un programme d'études.

Avant d'entreprendre des activités de la phase 3, évaluation et confirmation de son orientation :

10. Distinguer les goûts des aptitudes et des intérêts.
11. Décrire les principaux éléments d'un rapport confirmant un choix d'orientation professionnelle.

M02	BUREAUTIQUE	Durée : 120 h
		Théorie : 0%
		Travaux pratiques : 100%
OBJECTIF OPÉRATIONNEL		
COMPÉTENCE :		
Maîtriser les outils bureautiques : Word, Excel, Powerpoint, Outlook		
DESCRIPTION :		
Ce module permettra à l'étudiant de maîtriser l'utilisation de Word, Excel et Powerpoint et se préparer aux examens de certification Microsoft :		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Word intermédiaire, code : 77-881 2. Word Expert, code : 77-882 3. Powerpoint, code : 77-883 4. Excel intermédiaire, code : 77-887 5. Excel expert, code : 77-888 6. Passeport Internet : 77-884 		
STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT :		
La démarche pédagogique vise la mise en œuvre d'une pratique pédagogique innovante et participative centrée sur l'activité de l'étudiant.		
Cette pratique a pour principal objectif d'impliquer les stagiaires dans leur propre processus de changement et les amener ainsi à une plus grande autonomie. Elle vise également à développer chez ces derniers l'esprit d'initiatives et l'esprit d'équipe et de travail collectif.		
ÉVALUATION :		
<u>Évaluation formative :</u>		
Un test d'évaluation sera proposé à la fin de chaque séquence de formation pour mesurer le degré de maîtrise des objectifs qui ont fait l'objet de la séquence.		
<u>Évaluation sommative :</u>		
Cette évaluation comprendra :		
<p style="text-align: center;">Une épreuve pratique d'une durée de 3 h. Il s'agit, sur dossier, et/ou document :</p> <ul style="list-style-type: none"> - De contrôler la maîtrise du vocabulaire et des concepts fondamentaux, - D'évaluer les capacités, d'utiliser MS Office 		
MATÉRIEL ET ÉQUIPEMENT :		
Matériel :		
<ul style="list-style-type: none"> - Vidéo projecteur (pour les exposés). - PCs équipés de SE Windows 7 et MS Office 2010 		

MS WORD	
PRÉCISIONS	ÉLÉMENTS DE CONTENU
A. Partager et conserver les documents	<ul style="list-style-type: none"> • Appliquer différentes vues d'un document • Appliquer une protection à un document • Gérer les versions de document • Partager des documents • Enregistrer un document • Appliquer un modèle à un document
B. Mettre en forme le contenu	<ul style="list-style-type: none"> • Appliquer des attributs de police et paragraphe • Naviguer et Rechercher dans un document • Appliquer les paramètres indentation et onglet aux paragraphes • Appliquer les paramètres d'espacement de texte et de paragraphes • Créer des tables • Manipuler des tableaux dans un document • Appliquez des puces à un document
C. Appliquer la mise en page et contenu réutilisable	<ul style="list-style-type: none"> • Appliquer et de manipuler les paramètres de mise en page • Appliquer des thèmes • Construire le contenu d'un document en utilisant l'outil de composants QuickPart • Créer et manipuler des milieux de la page • Créer et modifier des en-têtes et pieds de page
D. Insérer les illustrations et les graphiques dans un document	<ul style="list-style-type: none"> • Insérer et manipuler les images dans un document • Insérer et manipuler les formes, WordArt et SmartArt • Insérer et manipuler les objets clipart • Appliquer et manipuler les zones de texte
E. Appliquer la relecture de documents	<ul style="list-style-type: none"> • Valider le contenu en utilisant les options de vérification de grammaire et d'orthographe • Configurer les paramètres de correction automatique • Insérer et modifier des commentaires dans un document
F. Appliquer les références et les liens hypertexte	<ul style="list-style-type: none"> • Appliquer un lien hypertexte • Créer des notes et des renvois dans un document • Créer une table des matières dans un document
G. Exécuter les opérations de fusion et publipostage	<ul style="list-style-type: none"> • Appliquer la démarche du publipostage • Exécuter la fusion et publipostage

H. Partager et maintenir les documents	<ul style="list-style-type: none"> • Configurer les options de Word. • Appliquer une protection à un document. • Appliquer un modèle à un document.
I. Mettre en forme du contenu	<ul style="list-style-type: none"> • Appliquer des attributs de police et paragraphe avancés. • Créer des tableaux et des graphiques. • Construire un contenu réutilisable dans un document. • Sections de lien.
J. Effectuer le suivi et le référencement des documents	<ul style="list-style-type: none"> • Examiner, de comparer et combiner des documents. • Créer une page de référence. • Créer une Table de références dans un document. • Créer un index dans un document.
K. Exécuter les opérations de fusion et publipostage	<ul style="list-style-type: none"> • Exécuter la fusion et publipostage. • Créer un publipostage à l'aide d'autres sources de données. • Créer des étiquettes et des formes.
L. Gérer les macros et formulaires	<ul style="list-style-type: none"> • Appliquer et manipuler les macros. • Appliquer et manipuler les options macro. Créer des formulaires • Manipuler les formulaires.

MS Excel

PRÉCISIONS	ÉLÉMENTS DE CONTENU
A. Gérer l'environnement de la feuille de calcul	<ul style="list-style-type: none"> • Naviguer dans une feuille de calcul • Imprimer une feuille de calcul ou un classeur • Personnaliser l'environnement en utilisant le mode Backstage
B. Créer les données de la cellule	<ul style="list-style-type: none"> • Construire les données des cellules • Appliquer le remplissage automatique • Appliquer et manipuler les liens hypertextes
C. Appliquer la Mise en forme des cellules et des feuilles de calcul	<ul style="list-style-type: none"> • Appliquer et modifier les formats de cellule • Fusionner ou fractionner des cellules • Créer des titres de lignes et de colonnes • Masquer et afficher des lignes et des colonnes • Manipuler les options de mise en page des feuilles de calcul • Créer et appliquer des styles de cellule
D. Gérer les feuilles de calcul et les classeurs	<ul style="list-style-type: none"> • Créer et formater des feuilles de calcul • Manipuler les affichages personnalisés (vues personnalisés) de la fenêtre • Manipuler les affichages personnalisés (vues personnalisés) de classeur
E. Appliquer les formules et fonctions	<ul style="list-style-type: none"> • Créer des formules • Appliquer la priorité des opérateurs • Appliquer les références de cellules dans les formules • Appliquer les conditions logiques dans les formules • Appliquer des plages nommées dans des formules • Appliquer des plages de cellules dans les formules
F. Présenter visuellement les données	<ul style="list-style-type: none"> • Créer des graphiques basés sur les données des feuilles de calcul • Appliquer et manipuler des illustrations (Clip Art, SmartArt, formes, captures d'écran...) • Créer et modifier des images à l'aide de l'Outil Images • Appliquer, personnaliser et mettre en forme des graphiques sparkline
G. Partager les données des feuilles de calcul avec d'autres utilisateurs	<ul style="list-style-type: none"> • Partager des feuilles de calcul à l'aide de Backstage Gérer les commentaires

H. Analyser et organiser les données	<ul style="list-style-type: none"> • Filtrer les données • Trier les données à l'aide des options de tri (valeurs, couleur de police, couleur de cellule) • Appliquer les mises en forme conditionnelles
I. Partage et maintien des classeurs	<ul style="list-style-type: none"> • Appliquer les propriétés et paramètres de classeur (modèles de classeurs, importation et exportation de données XML) • Appliquer la protection, les restrictions d'autorisation et le partage des classeurs et des feuilles de calcul. • Maintenir les classeurs partagés, fusionner les classeurs et définir les options de suivi des modifications.
J. Appliquer les formules et fonctions	<ul style="list-style-type: none"> • Auditer des formules (repérage d'antécédents de dépendants, d'erreurs, de données ou formules non valides et correction des erreurs...) • Manipuler les options des formules (définir les options de calcul itératif, activer/désactiver les options de calcul automatique des classeurs...) • Effectuer des tâches récapitulatives de données (formules sur les matrices, ex. la fonction SUMIFS) • Appliquer des fonctions dans les formules (évaluer, trouver et corriger des erreurs dans les fonctions, appliquer des fonctions de recherche vertical/horizontal, des fonctions statistiques, de date et heure, finances, fonctions sur les textes...)
K. Présenter visuellement les données	<ul style="list-style-type: none"> • Appliquer des fonctionnalités avancées des graphiques (courbes de tendance, doubles axes, modèles de graphique et graphiques sparkline...) Appliquer l'analyse des données (outils d'analyse automatisée, analyses de simulation...) Appliquer et manipuler les tableaux croisés dynamiques (filtre et segmentation des données de tableau croisé dynamique sur plusieurs couches...) • Appliquer et manipuler des graphiques croisés dynamiques (manipulation et analyse des données à l'aide des graphiques croisés dynamiques) • Utiliser la trancheuse (choix d'ensembles de données de connexions sur des données externes...)

L. Travailler avec les Macros et les formulaires

- Créer et manipuler des macros (exécution d'une macro, exécution de macro, enregistrement de macro, affectation d'une macro à un bouton de commande, création d'un bouton de macro personnalisée dans la barre d'outils, accès rapide, application de modifications à une macro...)
- Insérer et manipuler les contrôles de formulaire à l'aide de la définition et la manipulation de leurs propriétés.

MS POWERPOINT

PRÉCISIONS	ÉLÉMENTS DE CONTENU
A. Gérer l'environnement de PowerPoint	<ul style="list-style-type: none">▪ Ajuster les vues en utilisant le ruban ou les commandes de la barre d'état.▪ Manipuler la fenêtre PowerPoint : travailler simultanément avec plusieurs fenêtres de présentation.▪ Configurer la barre d'outils accès rapide : afficher la barre d'outils d'accès rapide sous le ruban.▪ Configurer les options de fichier PowerPoint
B. Créer un diaporama	<ul style="list-style-type: none">▪ Construire et modifier des albums photos : ajouter des légendes aux images, insertion de texte, insertion d'images en noir et blanc, réorganisation des photos dans un album et régler la rotation de l'image, luminosité et contraste▪ Appliquer les paramètres de taille et l'orientation des diapositives : mettre en place une taille personnalisée et modifier l'orientation.▪ Ajouter et supprimer les diapositives.▪ Formater les diapositives : mettre en forme les sections, modifier les thèmes, passer à une mise en page différente, appliquer une couleur de remplissage, image, texture ou un motif à une diapositive et mettre en place des pieds de page de diapositive.▪ Entrer et formater le texte : utiliser les effets de texte, les retraits, l'alignement, l'interligne et l'orientation du texte, changer la mise en forme des listes à puces et listes numérotées, saisie de texte, conversion du texte en SmartArt, copier et coller du texte à l'aide de Collage spécial.▪ Formater des zones de texte : appliquer une couleur de remplissage, un gradient, une image, une texture ou un motif à une zone de texte, changer la couleur du contour, poids ou style, en modifiant la forme de la zone de texte, l'application d'effets, réglage de l'alignement, création de colonnes dans une zone de texte, affecter les marges internes, mise en forme par défaut pour les nouvelles zones de texte, dimensionnement et positionnement d'une zone de texte.

<p>C. Travailler avec des éléments graphiques et multimédias</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Manipuler des éléments graphiques. ▪ Manipuler des images. ▪ Modifier des objets WordArt et formes. ▪ Manipuler SmartArt. ▪ Éditer le contenu audio et vidéo.
<p>D. Créer des graphiques et des tableaux</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Construire et modifier des tables. ▪ Insérer et modifier des graphiques. ▪ Appliquer les éléments de graphique. ▪ Manipuler les dispositions du graphique. ▪ Manipuler des éléments de graphique.
<p>E. Appliquer les Transitions et les Animations</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Appliquer des animations intégrées et personnalisées. ▪ Appliquer les options de l'effet et le chemin d'accès. ▪ Appliquer et modifier les transitions entre les diapositives. ▪ Manipuler les animations.
<p>F. Collaborer sur des présentations</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gérer les commentaires dans les présentations. ▪ Appliquer les outils de vérification linguistique.
<p>G. Préparer les présentations pour la livraison</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Enregistrer des présentations. ▪ Partager des présentations. ▪ Imprimer les présentations. ▪ Protéger les présentations.
<p>H. Livrer les présentations</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Appliquer les outils de présentation. ▪ Mettre en place des diaporamas. ▪ Régler le minutage de présentation. ▪ Enregistrement des présentations.

MS OUTLOOK

OBJECTIF OPÉRATIONNEL

COMPÉTENCE :

Maîtriser l'utilisation du gestionnaire d'informations, de tâches et de courrier électronique Ms Outlook.

DESCRIPTION :

Ce module permettra au stagiaire de maîtriser des fonctionnalités avancées de Ms Outlook permettant de formater le contenu d'un message à l'aide de caractères et mise en forme et d'utiliser des éléments graphiques tels que : des graphiques et des tableaux et créer des enregistrements de contacts, des tâches et des rendez-vous, des messages entrants.

Le stagiaire sera aussi en mesure de créer des groupes de contacts, planifier des réunions et actions annexes pour faciliter la communication avec d'autres utilisateurs Outlook.

Ce module permet aussi de se préparer l'examen de certification Microsoft « Outlook. Code : 77-884 »

STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT :

La démarche pédagogique vise la mise en œuvre d'une pratique pédagogique innovante et participative centrée sur l'activité de l'apprenant.

Cette pratique a pour principal objectif d'impliquer les stagiaires dans leur propre processus de changement et les amener ainsi à une plus grande autonomie. Elle vise également à développer chez ces derniers l'esprit d'initiatives et l'esprit d'équipe et de travail collectif.

ÉVALUATION :

Évaluation formative :

Un test d'évaluation sera proposé à la fin de chaque séquence de formation pour mesurer le degré de maîtrise des objectifs qui ont fait l'objet de la séquence.

Évaluation sommative :

Cette évaluation comprendra :

Une épreuve pratique d'une durée de 2 h. Il s'agit, sur dossier, et/ou document :

- De contrôler la maîtrise du vocabulaire et des concepts fondamentaux,
- D'évaluer les capacités, d'utiliser MS Outlook 2010

MATÉRIEL ET ÉQUIPEMENT :

Matériel :

- Vidéo projecteur (pour les exposés).
- PCs équipés de SE Windows 7 et MS Office 2010

PRÉCISIONS	ÉLÉMENTS DE CONTENU
<p>A. Gérer l'environnement Outlook</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Appliquer et manipuler les options du programme ▪ Outlook (options générales, Mail, calendrier, tâches, Notes et Journal, langues, options avancées...) ▪ Utiliser les indicateurs (classification des éléments, définition des indicateurs, marquage des éléments lu/non lus, affichage des propriétés de messages...) ▪ Modifier l'organisation des différents panneaux ▪ Appliquer les outils de recherche et de filtre. ▪ Imprimer un message
<p>B. Créer et formater un message</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Créer et envoyer des messages électroniques (thème message, texte brut, texte enrichi, format HTML, affichage/masquage de From et champs Bcc, définir un rappel pour les destinataires du message, spécifier le dossier d'éléments envoyés, configuration de message, vote, options de suivi et envoi d'un message à un groupe de contact...) ▪ Créer et gérer les actions rapides (exécution, création, édition, suppression et duplication des étapes rapides, réinitialisation aux valeurs par défaut...) ▪ Créer du contenu de message (insertion d'éléments graphiques, liens hypertextes...) ▪ Formater le contenu de message (outils de mise en forme, appliquer des styles, créer des styles et des thèmes, mise en forme des éléments graphiques...) ▪ Attacher des pièces jointes
<p>C. Gérer les messages électroniques</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nettoyer la boîte aux lettres (taille de boîte aux lettres, enregistrement des pièces jointes, enregistrement de message dans un format externe, ignorer une conversation, outils de nettoyage...) ▪ Créer et gérer des règles (création, modification et suppression de règles) ▪ Gérer le courrier indésirable et spams (filtrer, bloquer ou ne jamais bloquer des messages ou groupes...) ▪ Gérer les messages d'absence
<p>D. Gérer les contacts</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Créer et manipuler les contacts (modification d'une carte de visite, transfert d'un contact et mise à jour de contact dans le carnet d'adresses...) ▪ Créer et manipuler des groupes de contact (création d'un groupe de contacts, gestion des membres du groupe de contacts, notes sur un groupe, transfert d'un groupe, suppression d'un groupe et envoi d'une réunion à un groupe de contact...)

<p>E. Utiliser le calendrier</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Créer et paramétrer des rendez-vous et événements (définition des options de rendez-vous, impression des détails de rendez-vous, transfert de rendez-vous et planification de réunion avec un expéditeur de message...) ▪ Créer et paramétrer des demandes de réunion (définition des options de réponse, mise à jour d'une demande de réunion, annulation de réunion ou d'invitation et proposition d'une nouvelle date pour une réunion...) ▪ Manipuler le volet calendrier (organisation de l'affichage du calendrier, changement de la couleur du calendrier, affichage/masquage du calendrier et création d'un groupe de calendriers...)
<p>F. Travailler avec les tâches, les notes et le journal</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Créer et gérer des tâches (création et gestion des détails d'une tâche, envoi de rapport d'état, marquage déplacement ou copie d'une tâche, assignement d'une tâche à un autre utilisateur, acceptation/refus de tâche, mise à jour d'une tâche...) ▪ Créer et manipuler les notes (création d'une note, modification de l'affichage et catégorisation d'une note...) ▪ Créer et manipuler les entrées du journal (enregistrement automatique des éléments et fichiers Outlook et modification d'une entrée journal...)

M03	L'ENTREPRISE ET SON ENVIRONNEMENT	Durée : 90 h
OBJECTIF OPÉRATIONNEL DE PREMIER NIVEAU DE SITUATION		
INTENTION POURSUIVIE		
<p>Acquérir la compétence pour Analyser l'environnement de l'entreprise en tenant compte des précisions en participant aux activités proposées selon le plan de mise en situation, les conditions et les critères qui suivent.</p>		
Précisions :		
<ul style="list-style-type: none"> • Connaître l'entreprise ; • Comprendre les interpolations entre les fonctions de l'entreprise et l'environnement ; • Prendre conscience des influences extérieures ; • Évaluer sa capacité d'analyser l'environnement de l'entreprise enquêtée. 		
PLAN DE MISE EN SITUATION		
PHASE 1 : Information sur les principaux agents de l'environnement pouvant influencer les décisions de l'entreprise :		
<ul style="list-style-type: none"> • S'informer sur les agents de la macro environnement : <ul style="list-style-type: none"> ✓ Socioéconomique : douane, social, démographie... ✓ Institutionnel : cadre législatif et réglementaire... ✓ Organismes public : administration fiscale... ✓ Technique ; ✓ Socio culturel... • S'informer sur l'organisation et le fonctionnement des agents du micro environnement : <ul style="list-style-type: none"> ✓ En amont : banques, assurances, crédit-bail, bourse... ✓ En aval : concurrents, clients, sous-traitants... 		
PHASE 2 : Sensibilisation sur l'importance des flux d'informations issus de l'entreprise et vers l'entreprise :		
<ul style="list-style-type: none"> • Analyser les flux circulants entre l'entreprise et ses partenaires : clients, fournisseurs, banques, État... • Participer à la conception d'un système d'information (SI) : <ul style="list-style-type: none"> ✓ Sélectionner les sources d'information ; ✓ Trier/filtrer les informations, analyser et utiliser les informations selon les objectifs de l'entreprise ; ✓ Diffuser l'information dans l'entreprise. 		

OBJECTIF OPÉRATIONNEL DE PREMIER NIVEAU DE SITUATION (suite)

PHASE 3 : Évaluer sa capacité d'analyse de l'environnement de l'entreprise :

Produire un rapport sur une entreprise choisie faisant l'objet d'une enquête dans lequel il doit notamment :

- ✓ Identifier l'entreprise ;
- ✓ Expliquer les rôles de chaque fonction ;
- ✓ Analyser le flux d'information circulant entre services ;
- ✓ Identifier les partenaires de l'entreprise ;
- ✓ Expliquer les interrelations entre l'entreprise et les partenaires ;
- ✓ Expliquer les influences extérieures...

CONDITIONS D'ENCADREMENT

- Créer un climat d'épanouissement personnel et d'intégration professionnelle.
- Constituer des groupes de travail.
- Privilégier les échanges d'opinions entre les stagiaires et favoriser l'expression de toutes et de tous.
- Motiver les stagiaires à entreprendre les activités proposées.
- Organiser des visites d'entreprises représentatives des principaux milieux de travail.
- Assurer la disponibilité de la documentation pertinente.
- Montrer comment rechercher les informations sur internet.
- Organiser une rencontre avec un ou des responsables d'entreprises.

CRITÈRES DE PARTICIPATION

PHASE 1 :

- Recueil des données sur la majorité des sujets à traiter.

PHASE 2 :

- Écoute attentivement les explications.
- Consulte les sources d'information mises à sa disposition : ouvrages, journaux, CD/DVD, documents de fiscalité, Internet...
- Recueil des données.

PHASE 3 :

- Présente un rapport d'enquête

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS DE SECOND NIVEAU

LE STAGIAIRE DOIT MAÎTRISER LES SAVOIRS, SAVOIR-FAIRE, SAVOIR-PERCEVOIR OU SAVOIR ÊTRE JUGÉS PRÉALABLES AUX APPRENTISSAGES DIRECTEMENT REQUIS POUR L'ATTEINTE DE L'OBJECTIF DE PREMIER NIVEAU, TELS QUE :

Avant d'entreprendre les activités de chacune des phases :

1. Expliquer les principes de l'approche globale

Avant d'entreprendre des activités de la phase 1, Information sur les principaux agents de l'environnement pouvant influencer les décisions de l'entreprise :

2. Définir l'entreprise.
3. Expliquer les formes de l'entreprise.
4. Expliquer la réglementation de l'activité commerciale (commerçant, actes de commerce...).
5. Expliquer le rôle de chaque fonction de l'entreprise.
6. Présenter les organisations opérationnelles de l'entreprise et leurs aspects de gestion spécifiques.
7. Les obligations de l'entreprise (fiscale, commerciale...).
8. Définir macro et micro environnement.

Avant d'entreprendre des activités de la phase 2, Sensibilisation sur l'importance des flux d'informations issus de l'entreprise et vers l'entreprise

9. Connaître les différents flux.
10. Se soucier de l'importance de la relation entre l'entreprise et :
 - ✓ Clients/fournisseurs : Contrat de vente
 - ✓ Administration fiscale : Impôts et Taxes
11. Expliquer le contrat de vente.
12. Expliquer l'impôt

Avant d'entreprendre des activités de la phase 3 : Évaluation de sa capacité d'analyse de l'environnement de l'entreprise

13. Savoir comment présenter un rapport.
14. Utiliser le data show et le Powerpoint pour soutenir le rapport.

M04	LA COMPTABILITÉ GÉNÉRALE : LES CONCEPTS DE BASE	Durée : 90 h
OBJECTIF OPÉRATIONNEL DE PREMIER NIVEAU DE COMPORTEMENT		
<p>COMPORTEMENT ATTENDU</p> <p>Pour démontrer sa compétence, le stagiaire doit Maîtriser les bases de la comptabilité générale selon les conditions, les critères et les précisions qui suivent.</p> <p>CONDITIONS D'ÉVALUATION</p> <ul style="list-style-type: none"> • Individuellement. • À partir des consignes du formateur, étude de cas, ouvrages de comptabilité, exposés. • À l'aide de : plan comptable, calculatrices, livre journal... <p>CRITÈRES GÉNÉRAUX DE PERFORMANCE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Exactitude des calculs • Propreté des documents • Respect des principes comptables • Vérification appropriée du travail • Lisibilité des écritures 		
PRÉCISIONS SUR LE COMPORTEMENT ATTENDU		CRITÈRES PARTICULIERS DE PERFORMANCE
<p>A. Présenter le bilan et suivre ses variations</p> <p>B. Enregistrer les opérations dans les comptes</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Établir un bilan • Traiter les variations du bilan • Présenter le compte • Ouvrir un compte • Enregistrer les opérations • Calculer le solde • Clôturer le compte

OBJECTIF OPÉRATIONNEL DE PREMIER NIVEAU DE COMPORTEMENT (suite)	
PRÉCISIONS SUR LE COMPORTEMENT ATTENDU	CRITÈRES PARTICULIERS DE PERFORMANCE
C. Établir le compte des produits et charges	<ul style="list-style-type: none"> • Calculer les différents types de résultats à partir des comptes de gestion • Présenter le CPC
D. Maîtriser l'organisation de la comptabilité générale	<ul style="list-style-type: none"> • Utiliser un plan comptable • Établir les livres comptables obligatoires • Tenir la comptabilité selon le système comptable classique
E. Comptabiliser les moyens de paiements	<ul style="list-style-type: none"> • Constaté les écritures : <ul style="list-style-type: none"> ➤ des chèques en portefeuille ➤ des chèques à encaisser • Comptabiliser les effets de commerce : <ul style="list-style-type: none"> ➤ Encaissement ➤ Décaissement ➤ Endossement ➤ Escompte

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS DE SECOND NIVEAU

LE STAGIAIRE DOIT MAITRISER LES SAVOIRS, SAVOIR-FAIRE, SAVOIR -PERCEVOIR OU SAVOIR-ÊTRE JUGES PRÉALABLES AUX APPRENTISSAGES DIRECTEMENT REQUIS POUR ATTEINDRE L'OBJECTIF DE PREMIER NIVEAU, TELS QUE :

Avant d'aborder l'ensemble des précisions :

1. Situer la fonction comptable au sein de l'entreprise
2. Lister les activités de cette fonction
3. Identifier les liens avec les autres fonctions et les partenaires
4. Identifier les compétences et connaissances liées à cette fonction
5. Apprécier la confidentialité des informations
6. Expliquer les principes et la loi comptables

Avant d'établir le bilan (A) :

7. Comprendre le sens du vocabulaire comptable et financier
8. Mettre en évidence le rôle de la comptabilité et du bilan

Avant d'enregistrer les opérations dans les comptes (B) :

9. Comprendre la notion du compte
10. Assimiler le fonctionnement des comptes
11. Présenter les différentes formes de compte

Avant d'établir le CPC (C) :

12. Comprendre la notion de charges et de produits
13. Identifier les comptes de charges et de produits
14. Mettre en évidence le rôle du CPC

Avant de comptabiliser les moyens de paiements (D) :

15. Établir les documents
16. Connaître le circuit des documents
17. Identifier les intervenants sur le document

M05	STATISTIQUES	Durée : 90 h
OBJECTIF OPÉRATIONNEL DE PREMIER NIVEAU DE COMPORTEMENT		
COMPORTEMENT ATTENDU		
<p>Pour démontrer sa compétence, le stagiaire doit Appliquer les méthodes statistiques Selon les conditions, les critères et les précisions qui suivent.</p>		
CONDITIONS D'ÉVALUATION :		
<ul style="list-style-type: none"> • À partir d'études de cas, mise en situation, consignes formateur, documentation nécessaire • À l'aide de : calculatrice, tableur et logiciel de statistiques, 		
CRITÈRES GÉNÉRAUX		
<ul style="list-style-type: none"> • Respect de la démarche de calcul • Respect des principes de gestion de temps • Respect des pratiques et courantes et des règles établies par l'entreprise • Exactitude des calculs • Vérification appropriée du travail 		
PRÉCISIONS SUR LE COMPORTEMENT ATTENDU	CRITÈRES PARTICULIERS DE PERFORMANCE	
A. Comprendre les variables statistiques	<ul style="list-style-type: none"> • Qualification d'une variable qualitative • Qualification d'une variable quantitative discrète • Qualification d'une variable quantitative continue 	
B. Réaliser des représentations graphiques	<ul style="list-style-type: none"> • Représentation correcte des variables quantitatives discrètes • Représentation correcte des variables quantitatives continues 	
C. Calculer les Caractéristiques des distributions	<ul style="list-style-type: none"> • Calcul et interprétation juste des paramètres de tendance centrale : <ul style="list-style-type: none"> A. Mode B. Médiane C. Quartiles D. Moyennes • Calcul et interprétation correcte des paramètres de dispersion <ul style="list-style-type: none"> E. Étendue F. Écart absolu moyen et écart inter quantile G. Variance, écart-type et coefficient de variation 	

M06	MARKETING FONDAMENTAL	Durée : 90 h
OBJECTIF OPÉRATIONNEL DE PREMIER NIVEAU DE COMPORTEMENT		
COMPORTEMENT ATTENDU		
<p>Pour démontrer sa compétence, le stagiaire doit utiliser les fonctions de base du marketing selon les conditions, les critères et les précisions qui suivent.</p> <p>CONDITIONS D'ÉVALUATION</p> <ul style="list-style-type: none"> • Individuellement ; • Travaux effectués à partir des documents appropriés, consignes des formateurs, études de cas, exposés, enquêtes... <p>CRITÈRES GÉNÉRAUX</p> <ul style="list-style-type: none"> • Respect des démarches des méthodes appliquées ; • Communication écrite et verbale ; • Vérification appropriée du travail. 		
PRÉCISIONS SUR LE COMPORTEMENT ATTENDU	CRITÈRES PARTICULIERS DE PERFORMANCE	
A. Élaborer un questionnaire	<ul style="list-style-type: none"> • Respect de la démarche d'élaboration du questionnaire. • Détermination des objectifs précis de l'étude. • Détermination de la population à interroger. • Construction de l'échantillon. Réalisation de l'enquête. Contrôle et codage des questionnaires. • Dépouillement des questionnaires. Analyse de résultats. • Rédaction du rapport d'étude. 	
B. Segmenter un marché	<ul style="list-style-type: none"> • Analyse de la structure du marché. Définition des critères de segmentation. • Découpage du marché. • Évaluation des résultats. 	

OBJECTIF OPÉRATIONNEL DE PREMIER NIVEAU DE COMPORTEMENT (suite)

<p>C. Cibler un segment</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Adéquation de la cible avec l'image de l'entreprise. • Compatibilité de la cible avec les objectifs stratégiques de l'entreprise. • Prise en compte des risques encourus. • Compatibilité entre la taille du segment et les ressources de l'entreprise. • Prise en compte des variables favorisant le succès de l'entreprise.
<p>D. Analyser la valeur d'un produit</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Valeur offerte. • Définition de la valeur demandée. • Respect de la démarche de l'analyse de la valeur.
<p>E. Déterminer le prix</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Calcul de seuil de rentabilité. • Calcul de la quantité minimale : bénéfice. • Calcul du coût du produit. • Choix de la stratégie à mettre en œuvre.
<p>F. Choisir un canal de distribution</p>	<ul style="list-style-type: none"> • prise en compte des critères liés au produit. • Prendre en compte les critères liés à la politique commerciale. • Prise en compte des aspects juridiques. • Prise en compte de la clientèle visée. • Prise en compte de la concurrence. • Prise en compte des circuits eux-mêmes. • Mesure de l'efficacité de la distribution : TPC
<p>D. Participer à l'élaboration d'une stratégie publicitaire</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Définition de l'objectif de la communication publicitaire. • Détermination de la cible publicitaire. • Choix des médias et des supports. • Création publique. • Plan de campagne. • Contrôle de l'efficacité de la campagne.

OBJECTIF OPÉRATIONNEL DE PREMIER NIVEAU DE COMPORTEMENT (suite)

<p>E. Interpréter les comportements des acheteurs</p>	<ul style="list-style-type: none">• Établir les liens entre les caractéristiques de divers groupes de clients et leur comportement en matière d'achat
<p>F. Situer un client au regard de son processus décisionnel</p>	<ul style="list-style-type: none">• Vérifier la démarche effectuée par le client• Évaluer son cheminement décisionnel
<p>G. Identifier les intervenants dans la décision d'achat</p>	<ul style="list-style-type: none">• Classer les intervenants dans la décision d'achat• Mesurer leur impact dans la prise de décision de l'acheteur

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS DE SECOND NIVEAU

LE STAGIAIRE DOIT MAÎTRISER LES SAVOIRS, SAVOIR-FAIRE, SAVOIR-PERCEVOIR OU SAVOIR ÊTRE JUGES PRÉALABLES AUX APPRENTISSAGES DIRECTEMENT REQUIS POUR L'ATTEINTE DE L'OBJECTIF DE PREMIER NIVEAU, TELS QUE :

Avant d'aborder l'ensemble des précisions :

1. Définir le marketing.
 - ✓ Situer la fonction marketing dans l'entreprise.
 - ✓ Expliquer : pourquoi le marketing ?
 - ✓ Expliquer : comment le marketing ?
 - ✓ Expliquer la démarche marketing.
2. Définir : macro et micro environnement
 - ✓ Relation entre eux.
 - ✓ Composantes du micro environnement.
3. Définir le marché.
 - ✓ Comprendre les conditions d'existence d'un marché.
 - ✓ Présenter un marché aval.
 - ✓ Répertorier les facteurs intervenants sur le marché d'un produit ou d'un service.
 - ✓ Distinguer les approches opérationnelles du marché.
 - ✓ Expliquer part de marché.
4. Expliquer les situations d'achat.
 - ✓ Distinguer les différentes situations d'achat.
 - ✓ Expliquer les variables qui conditionnent le comportement du consommateur.
5. Objectifs des études marketing.
 - ✓ Les sources d'informations.
 - ✓ Les types d'études.
 - ✓ Expliquer le schéma général de la démarche.

Avant de segmenter un marché (B) :

6. Définir un D. A. S.
7. Expliquer la segmentation.
8. Critères de segmentation.

Avant de cibler un segment (C) :

9. Critères de choix d'une cible.
10. Différents ciblages.

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS DE SECOND NIVEAU (Suite)

LE STAGIAIRE DOIT MAÎTRISER LES SAVOIRS, SAVOIR-FAIRE, SAVOIR-PERCEVOIR OU SAVOIR ÊTRE JUGES PRÉALABLES AUX APPRENTISSAGES DIRECTEMENT REQUIS POUR L'ATTEINTE DE L'OBJECTIF DE PREMIER NIVEAU, TELS QUE :

Avant d'analyser la valeur d'un produit (D)

11. Définition d'un produit.
12. Positionnement d'un produit.
13. Caractéristiques d'un produit.
14. Cycle de vie d'un produit.
15. Classifier un produit.
16. Différentes valeurs d'un produit.
17. Objectifs de l'analyse de la valeur

Avant de déterminer le prix (E)

18. Relation entre demande et prix.
19. Aspects psychologiques liés aux prix.

Avant de choisir un canal de distribution (F)

20. Définir les canaux de distribution.
21. Utilité des intermédiaires.
22. Fonctions de la distribution.
23. Différentes formes de distribution.
24. Différentes stratégies de distribution.

Avant de participer à l'élaboration d'une stratégie publicitaire (G)

25. Expliquer communication (définition cible)
26. Objectifs publicitaires.
27. Objectifs de la publicité directe
28. Formes de la publicité directe.

Avant d'interpréter les comportements des acheteurs (H)

29. Déceler les motifs d'achat d'un client.
30. Décrire le processus de décision d'achat.
31. Décrire les principales caractéristiques de divers groupes de clients.

M07	UNIVERS DE LA DISTRIBUTION AU MAROC	Durée : 45 H
OBJECTIF OPÉRATIONNEL		
<p>COMPÉTENCES : Connaître l'univers de la distribution en général et de la grande distribution en particulier, ses origines, son évolution, sa dynamique et ses spécificités, aussi bien sur le plan théorique que le cas marocain.</p> <p>L'objectif principal de compétence sus indiqué se décline comme suit :</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Connaître les différentes enseignes de la grande distribution au Maroc ; ✓ S'informer sur l'implantation, des parts de marché, de la politique commerciale des enseignes nationales ; ✓ Connaître les stratégies et la dynamique de gestion d'une enseigne ; ✓ Maîtriser les facteurs qui ont un impact sur la réalité et l'évolution de la grande distribution au Maroc ; ✓ Découvrir les efforts étatiques et législatifs entrepris en vue d'organiser, de mettre à niveau, de promouvoir... le commerce et la distribution. 		
<p>PRÉSENTATION :</p> <p>Cette partie permettra d'acquérir des connaissances relatives à la distribution d'une manière globale et à la grande distribution parmi les autres systèmes de distribution. Elle constitue une introduction à l'univers de la grande distribution.</p> <p>Le stagiaire doit pouvoir commencer à se familiariser avec le vocabulaire et la terminologie de la grande distribution.</p> <p>Il doit également connaître les enseignes nationales : nom, types magasins, nombre magasins, parts de marché, positionnement...</p> <p>Il y sera présenté également les stratégies et la dynamique de gestion d'une enseigne ainsi que les facteurs affectant leur évolution.</p>		
<p>DESCRIPTION :</p> <p>Cette partie de formation comprend 5 séquences qui se présentent comme suit :</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Séquence 1 : Connaître la distribution : ses origines, sa dynamique et son évolution ; ✓ Séquence 2 : La grande distribution : stratégie de l'enseigne ; ✓ Séquence 3 : Gestion de la dynamique d'enseigne ; ✓ Séquence 4 : Les facteurs affectant l'évolution de la distribution au Maroc ; ✓ Séquence 5 : Le Plan Rawaj et le Cadre règlementaire de la distribution au Maroc ; <p>Chaque séquence est déclinée en séances et, elle est décrite au moyen de ce qui suit :</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ d'une fiche pédagogique comprenant les éléments de connaissance relatifs aux thèmes à traiter et des directives pour leur mise en œuvre ; ✓ des activités sous forme d'exercices, d'exposés, d'études de cas et de divers travaux pratiques. 		

CONTEXTE D'ENSEIGNEMENT

STRATÉGIE D'ENSEIGNEMENT :

La présente partie suppose la pratique d'une pédagogie active, celle-ci étant la manière privilégiée d'atteindre des objectifs qui dépassent la simple acquisition de connaissances ou de règles à appliquer. Cette pratique met en place des scénarios pédagogiques qui confrontent l'étudiant à des situations réelles qui touchent la sphère des attitudes et des comportements requis pour vivre dans une société en évolution permanente. Pour cela, l'étudiant sera amené progressivement à :

- ✓ Développer une capacité à définir des problèmes ;
- ✓ Collecter et évaluer des informations ;
- ✓ Concevoir et mettre en œuvre des solutions ;
- ✓ Communiquer et convaincre ;
- ✓ Pouvoir combiner les qualités précédentes afin d'aborder les problèmes complexes du monde réel ;
- ✓ Se mettre à jour des évolutions par une curiosité de bon aloi.

ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE :

Les activités d'apprentissage à déployer devront privilégier les moyens suivants :

- ✓ Cours didactiques assortis d'un support ;
- ✓ Exercices en équipe ;
- ✓ Groupes de discussion ;
- ✓ Études de cas.

ÉVALUATION :

Évaluation formative :

Un test d'évaluation sera proposé à la fin de la partie de formation pour mesurer le degré de maîtrise des objectifs.

Volet : La Prospection Commerciale	
OBJECTIF OPÉRATIONNEL DE PREMIER NIVEAU COMPORTEMENT	
COMPORTEMENT ATTENDU	
<p>Pour démontrer sa compétence, le stagiaire doit Prospecter et évaluer la zone de chalandise, selon les conditions, les critères et les précisions qui suivent.</p>	
CONDITION D'ÉVALUATION	
<ul style="list-style-type: none"> • À partir d'études de cas, de mises en situation ou de simulations. • À l'aide de cartes géographiques, d'un agenda, de fiches de clients, de dossiers d'un produit ou d'un service, d'un ordinateur et de banques de données manuscrites et informatisées relatives à des clientes et à des clients potentiels/ 	
CRITÈRES GÉNÉRAUX DE PERFORMANCE	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Respect de l'éthique professionnelle ➤ Application correcte des principes de la communication ➤ Utilisation efficace des logiciels et de l'internet ➤ Respect de la loi sur la protection du consommateur et de la Charte des droits et libertés de la personne. ➤ Respect des règlements municipaux et de la loi sur la vente itinérante. ➤ Application de l'approche qualité. ➤ Développer le portefeuille de clients potentiels 	
PRÉCISIONS SUR LE COMPORTEMENT ATTENDU	CRITÈRES PARTICULIERS DE PERFORMANCE
A. Délimiter le territoire de vente	<ul style="list-style-type: none"> • Déterminer les secteurs offrant un bon potentiel de prospection. • Évaluer le temps nécessaire à la prospection d'un territoire donné. • Planifier le trajet.
B. Cibler la clientèle potentielle	<ul style="list-style-type: none"> • Adéquation entre les caractéristiques de la clientèle et le produit ou le service offert • Inscription correcte des données collectées
C. Constituer un fichier de clients potentiels	<ul style="list-style-type: none"> • Application correcte d'une méthode de classement

OBJECTIF OPÉRATIONNEL DE PREMIER NIVEAU COMPORTEMENT

PRÉCISIONS SUR LE COMPORTEMENT ATTENDU	CRITÈRES PARTICULIERS DE PERFORMANCE
D. Préparer le dossier produit	<ul style="list-style-type: none">• Collecter les informations sur les caractéristiques et avantages du produit• Choisir les sources de renseignement• Clarifier le contenu du dossier pour la présentation face au client• Analyser objectivement le dossier produit
E. Choisir la démarche à effectuer auprès des clients potentiels.	<ul style="list-style-type: none">• Choisir le type de prospection• Choisir les moyens et le moment appropriés pour entrer en contact avec une cliente ou un client potentiel.
F. Prendre des rendez-vous avec des clientes et des clients potentiels	<ul style="list-style-type: none">• Respecter les règles de la correspondance commerciale• Avoir une exactitude et une lisibilité des renseignements consignés à l'agenda en rapport avec la démarche à effectuer• Mettre à jour la fiche prospect/client
G. Visiter les clients potentiels	<ul style="list-style-type: none">• Calculer le nombre de visites optimal• Appliquer les techniques de vente• Mettre à jour les fichiers prospects
H. Planifier la relance des clients potentiels.	<ul style="list-style-type: none">• Choisir les moments opportuns
I. Transmettre la rétroaction à l'entreprise	<ul style="list-style-type: none">• Rédaction d'un rapport complet contenant des renseignements relatifs :<ul style="list-style-type: none">➤ aux démarches de prospection effectuées ;➤ aux résultats obtenus ;➤ aux moyens de relance à privilégier• Respect des normes de présentation d'un rapport et des règles d'écriture.

OBJECTIF OPÉRATIONNELS DE SECOND NIVEAU

LE STAGIAIRE DOIT MAITRISER LES SAVOIRS, SAVOIR-FAIRE, SAVOIR-PERCEVOIR OU SAVOIR-ÊTRE DIRECTEMENT NÉCESSAIRES À L'ATTEINTE DE L'OBJECTIF DE PREMIER NIVEAU, PAR EXEMPLE :

Avant d'apprendre à délimiter le territoire de vente :

1. Définir la prospection et ses buts.
2. Expliquer les règles de l'éthique professionnelle dans la démarche de prospection
3. Expliquer les conséquences de la réglementation municipale sur la prospection
4. Expliquer les effets sur la prospection de la loi sur la protection du consommateur
5. Expliquer les incidences sur la prospection de la Charte des droits et libertés de la personne
6. Utiliser des cartes géographiques.

Avant d'apprendre à cibler la clientèle potentielle :

7. Définir la notion de marché, de zone de chalandise
8. Définir la notion de marché potentiel
9. Décrire les différents types de marché
10. Expliquer les principes liés à la segmentation du marché
11. Déceler des indices permettant d'évaluer les tendances du marché dans un secteur donné
12. Utiliser des sources de renseignements en vue de connaître l'état du marché dans un secteur donné.

Avant d'apprendre à visiter les clientes et les clients potentiels :

13. Reconnaître l'importance de préparer la visite de prospection : préparation physique, préparation matérielle et choix des stratégies.

Volet : Accueil Commercial

OBJECTIF OPÉRATIONNEL DE PREMIER NIVEAU DE COMPORTEMENT

COMPORTEMENT ATTENDU :

Pour démontrer sa compétence, le stagiaire doit **Réaliser l'accueil des clients** concernant la vente en magasin, selon les conditions, les critères et les précisions qui suivent.

CONDITIONS D'ÉVALUATION :

Travail individuel

À partir d'un jeu de rôle, en présence d'un client potentiel ayant un état d'esprit positif

Conditions proches de celles en magasin.

CRITÈRES GÉNÉRAUX DE PERFORMANCE

Applique les règles de l'accueil

Le client potentiel se sent en confiance

PRÉCISIONS SUR LE COMPORTEMENT ATTENDU	CRITÈRES PARTICULIERS DE PERFORMANCE
<p>A. Être présentable et en cohérence avec l'activité et l'image de l'entreprise</p> <p>B. Manifester des attitudes qui permettent au client de se sentir bien accueilli</p>	<ul style="list-style-type: none"> • S'habille conformément au positionnement du magasin et en harmonie avec celui-ci • Assurer la propreté et l'organisation du magasin : <ul style="list-style-type: none"> ➤ Nettoyer le magasin avant son ouverture ➤ Ranger les rayons ➤ Bien exposer les produits et les mettre en valeur ➤ Aérer le magasin ➤ Décorer le magasin... • Sourire et regarder tous les clients qui entrent au magasin • Adopter les bonnes postures, avoir les bons gestes

OBJECTIF OPÉRATIONNEL DE PREMIER NIVEAU DE COMPORTEMENT

PRÉCISION SUR LE COMPORTEMENT ATTENDU	CRITÈRES PARTICULIERS DE PERFORMANCE
C. S'approcher du client qui entre au magasin	<ul style="list-style-type: none">• Regarder le client, lui sourire• Saluer le client, utiliser une phrase amicale et chaleureuse• Adopter une attitude positive et ouverte• S'exprimer de façon claire
D. Intervenir pour assister et conseiller le client	<ul style="list-style-type: none">• Assurer une intervention immédiate quand le client a besoin de votre conseil• Assurer une intervention différée quand le client veut juste regarder• Donner aux clients toutes les informations qu'ils recherchent
E. Répondre aux éventuelles questions du client	<ul style="list-style-type: none">• Poser des questions pour mieux comprendre son besoin• Écouter le client• Orienter le client vers son besoin
F. Mettre en valeur le produit	<ul style="list-style-type: none">• Montrer le produit au client• Tenir le produit dans sa main et le faire regarder de tous ses angles• Faire toucher le produit par le client• Faire tester, sentir, déguster, essayer le produit par le client
G. Accompagner le client à la caisse	<ul style="list-style-type: none">• Faire de l'Up-selling• Proposer des emballages cadeaux, des accessoires...• Proposer la carte de fidélité• Remercier le client de sa visite• Proposer de l'aider porter ses achats
H. Accompagner le client à la sortie du magasin	<ul style="list-style-type: none">• L'inviter à revenir au magasin• L'informer de futures promotions, soldes, des nouveautés...

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS DE SECOND NIVEAU

LE STAGIAIRE DOIT MAITRISER LES SAVOIRS, LES SAVOIRS-FAIRE, SAVOIR-PERCEVOIR OU SAVOIR-ÊTRE, DIRECTEMENT REQUIS POUR L'ATTEINTE DE L'OBJECTIF DE PREMIER NIVEAU, TEL QUE :

Avant de d'avoir une présentation physique en cohérence avec l'activité et l'image du magasin :

1. Comprendre l'importance de l'apparence (look) et de la première impression qu'en a le client
2. Recherche des looks en correspondance avec différents magasins.
3. Fait la différence entre personnalité et look.
4. La confiance en sa personnalité permet de changer de look sans s'identifier complètement à ce dernier.

Avant de manifester des attitudes permettant au client de se sentir accueilli, même quand il y a du monde.

5. Travailler différentes expressions du sourire (forcé, mitigé, franc, exagéré, mielleux, sardonique, moqueur, compatissant, ironique, de bonté, etc.)
6. Se voir (glace, caméra) et s'exercer pour trouver ceux qui correspondent le mieux à sa personnalité et à l'impact souhaité. Le fait en situation proche de la réalité.

Avant d'intervenir pour conseiller et assister le client :

7. Prendre conscience des attitudes favorisant la communication
8. Écrire et travaille les phrases d'accueil qui correspondent le mieux à sa personnalité et au type de client.

Avant de répondre aux éventuelles questions du client :

9. Manifester une expression verbale fluide, chaleureuse, claire, simple et ajusté au niveau du ton.
(Ex : prononcer son nom)
10. Connaître les techniques de questionnement et de reformulation.
11. N'intervenir que lorsque le client se manifeste de façon verbale ou non verbale.

Avant de mettre le produit en valeur

12. Prendre conscience que le vendeur peut avoir un pouvoir d'influence sur le comportement d'achat du client à partir de ses attitudes et techniques de communication.
13. Sélectionner le ou les produits qui correspondent aux attentes du client.

Avant d'accompagner le client à la caisse

14. S'assurer que le client a satisfait tous ses besoins en matière d'achat.

OBJECTIF OPÉRATIONNEL DE PREMIER NIVEAU DE COMPORTEMENT

COMPORTEMENT ATTENDU

Pour démontrer sa compétence, le stagiaire doit **METTRE EN PRATIQUE L'ENTRETIEN DE VENTE**, selon les conditions, les critères et les précisions qui suivent :

CONDITIONS D'ÉVALUATION

- Individuellement,
- À partir d'études de cas, de jeux de rôle et de mises en situation réelles ou simulées.
- À l'aide de matériel audiovisuel.

CRITÈRES GÉNÉRAUX DE PERFORMANCE

- Respect des principes et des techniques de vente.
- Respect des règles de l'éthique professionnelle.
- Respect des principes de qualité du service.
- Application appropriée des techniques de communication verbale et non verbale.

PRÉCISIONS SUR LE COMPORTEMENT ATTENDU

- A. Acquérir les attitudes et comportements professionnels

- B. Comprendre la typologie et la psychologie du client

CRITÈRES PARTICULIERS DE PERFORMANCE

- Sourire
- Empathie
- Écoute
- Disponibilité
- Sympathie
- Sens du relationnel...

- Se mettre à la place de son client. Pour cela, il faut identifier :
 - La psychologie de son client (Son SARS, son état du moi...)
 - La typologie de son client (Ses motivations, ses attentes, son caractère dominant...)

- Préparer les informations sur le client :
 - Son entreprise, le poste occupé
 - Son pouvoir de décision
 - L'historique d'achat...
 - Sa psychologie

OBJECTIF OPÉRATIONNEL DE PREMIER NIVEAU DE COMPORTEMENT (suite)

PRÉCISIONS SUR LE COMPORTEMENT ATTENDU	CRITÈRES PARTICULIERS DE PERFORMANCE
C. Se préparer à l'entretien de vente	<ul style="list-style-type: none"> • Se préparer physiquement et mentalement : <ul style="list-style-type: none"> ✓ Être présentable ✓ Avoir toute la documentation et outils indispensables à la vente...
D. Prendre contact avec son client	<ul style="list-style-type: none"> • Fixer un rendez-vous • Être ponctuel • Respecter la loi : 4 x 20 • Donner le but de la visite
E. Découvrir les besoins et motivations du client	<ul style="list-style-type: none"> • Poser des questions • S'intéresser au client ; l'écouter • Reformuler les propos du client • Noter les besoins découverts • Découvrir les motivations en utilisant la méthode SONCAS
F. Présenter l'offre et argumenter	<ul style="list-style-type: none"> • Présenter l'entreprise • Construire des arguments solides et personnalisés • Réaliser des démonstrations • Utiliser les illustrations
G. Vendre le prix	<ul style="list-style-type: none"> • Utiliser les techniques de présentation du prix : <ul style="list-style-type: none"> ✓ Technique SANDWICH ✓ Technique QUEUE DE POISSON... • Écarter les objections du client en choisissant la bonne parade : <ul style="list-style-type: none"> ➤ Techniques de l'addition, soustraction, effritement, oui-mais, affaiblissement...

<p>H. Traiter les objections</p> <p>I. Conclure l'entretien de vente</p>	<ul style="list-style-type: none">• Adopter la bonne attitude face aux objections • Identifier les signaux d'achat• Choisir la technique de conclusion adaptée au type de client• Prendre congé
--	--

OBJECTIF OPÉRATIONNEL DE PREMIER NIVEAU DE COMPORTEMENT
COMPORTEMENT ATTENDU :

Pour démontrer sa compétence, le stagiaire doit **Appliquer les notions de calculs commerciaux** selon les conditions, les critères et les précisions qui suivent.

CONDITIONS D'ÉVALUATION :

- Travail individuel
- Exercices ou mini-cas
- Et en situation de face à face, négociation, vente.
- Papier, crayon et calculatrice.

CRITÈRES GÉNÉRAUX DE PERFORMANCE

Calculs corrects de nombres.

PRÉCISIONS SUR LE COMPORTEMENT ATTENDU	CRITÈRES PARTICULIERS DE PERFORMANCE
A. Calculer les remises.	<ul style="list-style-type: none"> • Donner une réponse juste avec la calculatrice • Se faire une idée du résultat sans calculatrice : réponse approximative avec erreur <10 % environ. • Savoir calculer des remises additionnelles.
B. Calculer une TVA	<ul style="list-style-type: none"> • Donner une réponse juste pour calculer la TVA sur un prix hors taxe. • Donner une réponse juste pour calculer la TVA sur un prix TTC • Donner une réponse juste pour calculer un prix hors taxe à partir d'un prix TTC

OBJECTIF OPÉRATIONNEL DE PREMIER NIVEAU DE COMPORTEMENT

PRÉCISION SUR LE COMPORTEMENT ATTENDU	CRITÈRES PARTICULIERS DE PERFORMANCE
C. Calculer une marge, un taux de marge et un taux de marque	<ul style="list-style-type: none">• Calculer exactement une marge sur un prix d'achat• Calculer exactement une marge sur un prix de vente• En déduire les taux correspondants• Calculer une marge sur coûts variables• Calculer un seuil de rentabilité
D. Calculer les prix de ventes en fonction des marges définies	<ul style="list-style-type: none">• Calculer exactement le coefficient multiplicateur• l'appliquer pour déterminer les prix de vente
E. Calculer le montant d'une traite suivant un délai d'échéance retardé ou avancé	<ul style="list-style-type: none">• Calculer exactement l'escompte ou les agios en fonction des taux et des délais• Appliquer à un paiement donné
F. Exécuter les calculs relatifs à la facturation	<ul style="list-style-type: none">• Établir la facture doit• Établir la facture d'avoir• Établir le relevé des factures

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS DE SECOND NIVEAU (suite)

LE STAGIAIRE DOIT MAITRISER LES SAVOIRS, LES SAVOIRS-FAIRE, SAVOIR-PERCEVOIR OU SAVOIR-ÊTRE, DIRECTEMENT REQUIS POUR L'ATTEINTE DE L'OBJECTIF DE PREMIER NIVEAU, PAR EXEMPLE :

Avant de calculer les remises (A) :

1. Connaît les règles de la proportionnalité.
2. Prend conscience de la valeur commerciale mais aussi du coût pour l'entreprise des remises.
3. Connaît les différents types de remise. (remise commerciale, ristourne)

Avant de calculer une TVA (B) :

4. Connaît les principes de la TVA et l'obligation légale de la faire ressortir sur les factures.

Avant de calculer une marge, un taux de marge et un taux de marque (C)

5. Connaître les définitions d'une marge (marge brute, marge nette, marge sur coût variable)
6. Trouve les marges en fonction des taux et d'une autre donnée (prix de vente ou prix d'achat, pour les marges commerciales, et prix de vente pour la marge sur coût variables)
7. En deuxième année, fait la distinction entre charges fixes et charges variables.
8. Prend conscience que les données calculées, avant de calculer un seuil de rentabilité, doivent correspondre toutes à un même chiffre d'affaire, un même produit type ou une unité pour que les données soient cohérentes.
9. Pour le calcul du seuil de rentabilité, prendre conscience de l'unité de temps choisi (par jour, par mois ou par an)

Avant de calculer les prix de ventes en fonction des marges définies (D)

10. Connaît le principe d'un coefficient multiplicateur et de son utilité pour calculer et afficher les prix.

Avant de calculer le montant d'une traite suivant un délai d'échéance retardé ou avancé (E)

11. Connaît les principes de la traite, de l'effet à payer, de l'effet à recevoir et de l'intérêt de ces modes de paiement.
12. Définit ce qu'est un taux d'escompte ou d'agio.
13. Définit ce qu'est le nominal d'une traite.
14. Définit en fonction d'un taux par an, le taux par jour.

M10	APPROVISIONNEMENTS	Durée : 80 h
OBJECTIF OPÉRATIONNEL DE PREMIER NIVEAU DE COMPORTEMENT		
COMPORTEMENT ATTENDU		
<p>Pour démontrer sa compétence, le stagiaire doit Effectuer des opérations liées à l’approvisionnement, selon les conditions, les critères et les précisions qui suivent.</p>		
CONDITIONS D’ÉVALUATION		
<ul style="list-style-type: none"> • Au moyen de mises en situation tenant compte de la politique commerciale d’une entreprise. • En se reportant aux méthodes de travail, aux consignes et aux plans de disposition d’une entreprise. • À l’aide de formulaires tels que bons de réception, bons de commande, bons de transfert, bons d’expédition, factures, etc. • À l’aide d’étiquettes et d’une calculatrice. 		
CRITÈRES GÉNÉRAUX DE PERFORMANCE		
<ul style="list-style-type: none"> • Respect de la politique et des règles de l’entreprise • Rapidité d’exécution • Soins appropriés apportés à la marchandise • Respect des normes de santé et de sécurité au travail • Manifestation du sens de l’éthique professionnelle. 		

OBJECTIF OPÉRATIONNEL DE PREMIER NIVEAU DE COMPORTEMENT

PRÉCISIONS SUR LE COMPORTEMENT ATTENDU	CRITÈRES PARTICULIERS DE PERFORMANCE
A. Sélectionner les fournisseurs	<ul style="list-style-type: none"> • Exprimer les besoins • Lancer un appel d'offres • Collecter les propositions ou offres • Dresser le tableau de comparaison • Choisir le fournisseur le moins disant ou le mieux disant
G. Effectuer les commandes	<ul style="list-style-type: none"> • Remplir le cadencier • Déterminer les quantités à commander • Préparer et lancer la commande
H. Recevoir la marchandise	<ul style="list-style-type: none"> • Vérifier la concordance entre la marchandise commandée et la marchandise reçue. • Relever les écarts • Éditer les bons nécessaires • Manipuler soigneusement la marchandise.
I. Préparer la marchandise	<ul style="list-style-type: none"> • Respecter les règles d'étiquetage de l'entreprise • Respecter la réglementation sur l'affichage.
J. Stocker la marchandise	<p><i>(à développer dans le module Emballage marquage étiquetage)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Respecter les lieux et les températures de stockage • Assurer la propreté des réserves • Respecter les méthodes de valorisation des sorties appliquées par l'entreprise (FIFO, LIFO, CMUP...) • Appliquer la rotation des stocks • Respecter les méthodes d'étalage de l'entreprise
K. Approvisionner les rayons, les étalages et les présentoirs.	<p><i>(sera développé module merchandising)</i></p>

OBJECTIF OPÉRATIONNEL DE PREMIER NIVEAU DE COMPORTEMENT (suite)**PRÉCISIONS SUR LE COMPORTEMENT ATTENDU**

L. Effectuer des inventaires

M. Gérer les stocks

N. E-procurement

CRITÈRES PARTICULIERS DE PERFORMANCE

- S'assurer de l'exactitude des opérations de comptages, de contrôle et de relevé d'inventaire
- Justifier les écarts relevés

- Distinguer les différents niveaux des stocks
- Calculer la rotation des stocks
- Calculer les coûts des stocks
- Déterminer le nombre optimal des commandes et quantité économique (selon WILSON simplifié)
- Gérer les stocks par importance (ABC, 20/80...)
- Déterminer les dates de commandes/dates de livraison.
- À développer

OBJECTIF OPÉRATIONNEL DE SECOND NIVEAU

LE STAGIAIRE DOIT MAITRISER LES SAVOIRS, SAVOIR-FAIRE, SAVOIR-PERCEVOIR OU SAVOIR-ÊTRE NÉCESSAIRES À L'ATTEINTE DE L'OBJECTIF DE PREMIER NIVEAU, PAR EXEMPLE :

Avant d'apprendre à sélectionner les fournisseurs :

1. Décrire les types d'intermédiaires et leur rôle dans le circuit de distribution du producteur au consommateur.
2. Définir la fonction approvisionnement et ses différentes missions

Avant d'apprendre à effectuer des commandes :

3. Décrire les différentes formes d'approvisionnement : par entrepôt, par transfert entre magasins et par fournisseur extérieur.
4. Décrire les différents documents liés à l'approvisionnement et leur destination

Avant d'apprendre à recevoir la marchandise :

5. Décrire les différents bons utilisés au moment de la réception
6. Remplir et acheminer les documents commerciaux utilisés au moment de la réception et de la vérification de la marchandise
7. Énumérer les raisons justifiant le retour de marchandises aux fournisseurs et en préciser les conditions

Avant d'apprendre à stocker la marchandise :

8. Décrire la procédure couramment utilisée pour le stockage et l'entreposage de la marchandise

Avant d'apprendre à approvisionner les rayons, les étalages et les présentoirs :

9. Indiquer les moyens de mettre les produits en valeur dans un commerce
10. Expliquer les conséquences du vol à l'étalage
11. Établir une distinction entre le vol interne et le vol à l'étalage
12. Indiquer les moyens de prévenir le vol à l'étalage
13. Saisir l'importance de s'engager personnellement à supprimer le vol à l'étalage
14. Expliquer l'importance de l'éthique professionnelle dans l'exercice de la profession de conseillère ou conseiller en vente.

Avant d'apprendre à effectuer les inventaires :

15. Énumérer les différentes sortes d'inventaires et l'utilité de chacun.

Avant d'apprendre à gérer les stocks :

16. Comprendre l'utilité de bien gérer les stocks pour minimiser les coûts.

OBJECTIF OPÉRATIONNEL DE PREMIER NIVEAU DE COMPORTEMENT

COMPORTEMENT ATTENDU :

Pour démontrer sa compétence, le stagiaire doit **Appliquer les techniques du merchandising** concernant la vente en magasin, selon les conditions, les critères et les précisions qui suivent.

CONDITIONS D'ÉVALUATION :

Travail individuel

À partir d'une description sommaire d'un magasin et d'un type de clientèle

À partir d'une cartographie géographique d'une zone de chalandise

À partir de la réalisation d'un projet sous le thème : implantation d'une grande surface

CRITÈRES GÉNÉRAUX DE PERFORMANCE

Proposition d'action sur la mise en place des produits

Respect des règles du merchandising

PRÉCISIONS SUR LE COMPORTEMENT ATTENDU	CRITÈRES PARTICULIERS DE PERFORMANCE
A. S'informer sur le type de clients de sa zone de chalandise	<ul style="list-style-type: none"> • Interrogation sur les critères de segmentation de la zone de chalandise • Fixation des cibles principales. • Calcul du CA prévisionnel
B. Repérer les paramètres d'implantation d'un point de vente (grande surface, commerce...)	<ul style="list-style-type: none"> • Réalisation d'une implantation d'une surface de vente : <ul style="list-style-type: none"> ➤ Zoning, création des univers ➤ Mobilier à utiliser ➤ Répartition des linéaires...
C. S'informer sur les tendances de la demande	<ul style="list-style-type: none"> • Repérage des tendances lourdes, de saisonnalité ou effet de mode.
D. Donner des exemples de produits à mettre en place	<ul style="list-style-type: none"> • Détermination des produits conformes aux principes merchandising relatif au magasin : <ul style="list-style-type: none"> ➤ Assortiment ➤ Segmentation de l'assortiment ➤ Effet Push and Pull ➤ Analyse quantitative et qualitative des produits
E. Action de promotion de vente	<ul style="list-style-type: none"> • Concevoir une stratégie de promotion des ventes <ul style="list-style-type: none"> ➤ Présentation ; ➤ Choix des médias et techniques • Préparer un étalage <ul style="list-style-type: none"> ➤ Détermination d'un endroit stratégique. ➤ Détermination des ressources matérielles et humaines nécessaires.

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Utilisation appropriée de l'affichage. ➤ Application des principes d'étalage. ➤ Respect des plans d'aménagement. <ul style="list-style-type: none"> ● Préparer un message publicitaire <ul style="list-style-type: none"> ➤ Choix approprié du message. ➤ Détermination précise du contenu du message. ➤ Détermination précise du contenu du message. ➤ Qualité de la présentation. ➤ Détermination juste du budget ➤ Choix approprié des médias et des supports publicitaires ● Mettre en place et suivre l'action promotionnelle. Évaluer les résultats <ul style="list-style-type: none"> ➤ Afficher, réapprovisionner et suivre les ventes et les stocks. ➤ Collecter des renseignements pertinents en vue d'évaluer les résultats ➤ Interpréter les résultats ➤ Choisir les moyens de relance et de repositionnement ➤ Transmettre les résultats et les recommandations, dans un rapport ● Calculer le coût de l'opération promotionnelle <ul style="list-style-type: none"> ➤ Calculer le prix de vente promotionnel ➤ Calculer le CA promotionnel ➤ Déduire la marge nette ➤ Prendre en considération les frais promotionnels
--	---

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS DE SECOND NIVEAU DE COMPORTEMENT

LE STAGIAIRE DOIT MAITRISER LES SAVOIRS, LES SAVOIRS-FAIRE, SAVOIR-PERCEVOIR OU SAVOIR-ÊTRE, DIRECTEMENT REQUIS POUR L'ATTEINTE DE L'OBJECTIF DE PREMIER NIVEAU, PAR EXEMPLE :

Avant de s'informer sur le type de clients de sa zone de chalandise :

1. Expliquer les principes essentiels du merchandising ;
2. Indiquer les objectifs ;
3. Définir la zone de chalandise.
4. Donner des critères de segmentation d'une clientèle.

Avant de repérer les paramètres d'une grande surface:

5. Nommer les règles que doit respecter un magasin pour être aménagé dans le but d'attirer le plus de chalands et de les faire acheter ;
6. Respecter les critères d'implantation des rayons dans un magasin puis l'implantation du produit dans le rayon.

Avant de s'informer sur les tendances de la demande :

7. Indiquer ce qu'est la courbe de vie d'un produit ;
8. Expliquer l'importance de la saisonnalité ;
9. Expliquer ce qu'est l'effet de mode.
10. Nommer des sources d'information pour saisir les tendances.

Avant de donner des exemples de produits à mettre en place :

11. Faire le lien entre la demande, la stratégie à respecter, le type de clientèle cible, la vocation du magasin et celle de la concurrence ;
12. Constituer un assortiment et le segmenter ;
13. Indiquer comment définir les quantités à exposer ;
14. Indiquer ce qu'est un positionnement ;
15. Expliquer comment définir, communiquer et afficher le prix de vente ;
16. visionner des vidéos sur l'assortiment des magasins.

Avant de donner des précisions sur l'emplacement des produits :

17. Expliquer la règle de circulation des clients dans un magasin ;
18. Indiquer les endroits privilégiés (les allées, la zone froide, zone chaude...);
19. Faire le lien entre la demande, la stratégie à respecter, le type de clientèle cible et la concurrence ;
20. Mettre en valeur les produits ;
21. Donner les principes à respecter concernant la vitrine, le cas échéant.

Avant de donner des précisions sur sa manière d'évaluer les résultats des ventes :

22. Définir les ratios les plus couramment utilisés ;
23. Faire le lien entre ces ratios et la stratégie du chef d'entreprise.

Avant de proposer des actions d'amélioration :

24. Expliquer ce que peut indiquer un faible (et un fort) ratio ;
25. Tenir compte de l'importance des produits d'appel, produits de positionnement, d'image, complémentarités génériques, opérations publi-promotionnels des grandes marques, largeurs et la profondeur de gamme, etc...

M12	QUALITÉ, HYGIÈNE ET SÉCURITÉ DE PDV	Durée : 30 h
OBJECTIF OPÉRATIONNEL DE PREMIER NIVEAU DE COMPORTEMENT		
<p>COMPORTEMENT ATTENDU :</p> <p>Pour démontrer sa compétence, le stagiaire doit Effectuer des opérations liées à la gestion du magasin selon les conditions, les critères et les précisions qui suivent</p> <p>CONDITIONS D'ÉVALUATION :</p> <p>Travail individuel, écrit ou oral</p> <p>Conditions proches de celles en magasin. L'idéal est de le faire en magasin</p> <p>CRITÈRES GÉNÉRAUX DE PERFORMANCE :</p> <p>Effectue le travail conformément aux procédures recommandées</p>		
<p style="text-align: center;">PRÉCISIONS SUR LE COMPORTEMENT ATTENDU</p> <p>A. S'informer sur le type de magasin et l'étendue des responsabilités</p> <p>B. En déduire l'ensemble des procédures à mettre en place ou à superviser</p>	<p style="text-align: center;">CRITÈRES PARTICULIERS DE PERFORMANCE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Questionner sur : <ul style="list-style-type: none"> ➤ Qui effectue le nettoyage du sol, des étalages, des rayons, du comptoir, du trottoir, de la vitrine. ➤ Qui procède aux ouvertures, fermetures du magasin ➤ Qui place les produits à mettre en valeur et la PLV, l'étiquetage... ➤ Qui gérer la caisse ➤ Qui contrôle • Lister les procédures à respecter sur : <ul style="list-style-type: none"> ➤ Les opérations d'approvisionnement ➤ La gestion du magasin ➤ Ouverture, fermeture ➤ Sécurité ➤ Opérations de caisse ➤ Les inventaires ➤ Le comportement des vendeurs 	

PRÉCISIONS SUR LE COMPORTEMENT ATTENDU	CRITÈRES PARTICULIERS DE PERFORMANCE
<p>C. Effectuer le travail d'ouverture et de fermeture du magasin ou vérifier la bonne exécution du travail par une tierce personne</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Effectuer l'ouverture : <ul style="list-style-type: none"> ➤ Vérifier si l'environnement est favorable ➤ Ouvrir les ouvertures et fermer les alarmes ➤ Allumer les lumières ➤ Sortir les éléments à mettre en valeur ➤ Ouvrir la caisse • Effectuer la fermeture <ul style="list-style-type: none"> ➤ Vérifier l'environnement ➤ Fermer la caisse ➤ Rentrer les éléments ➤ Fermer les lumières ➤ Mettre les alarmes ➤ Fermer les ouvertures et les portes • Respecter les jours légaux de fermeture
<p>D. Effectuer le travail relatif à l'ouverture et à la fermeture de caisse ou vérifier la bonne exécution du travail par une tierce personne</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Effectuer l'ouverture : <ul style="list-style-type: none"> ➤ Vérifier la caisse ➤ Indiquer sa conformité (ou non) • Fermeture : <ul style="list-style-type: none"> ➤ Faire le relevé ➤ Classer les paiements ➤ Placer les liquidités excessives en coffre ➤ Fermer la caisse
<p>E. Effectuer le travail relatif à l'hygiène et à la sécurité ou vérifier la bonne exécution du travail par une tierce personne.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Détruire les produits dont la date limite (DLC/DLV) est dépassée. • Brader ou donner les produits dont la date limite d'utilisation optimale est dépassée-DLUO- (en en donnant les raisons). • Détruire ou renvoyer au fabricant les produits dont l'emballage est défectueux ou dont l'aspect indique une détérioration. • Respecter la chaîne de froid.

PRÉCISIONS SUR LE COMPORTEMENT ATTENDU	CRITÈRES PARTICULIERS DE PERFORMANCE
<p>F. Agir et réagir contre le vol</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ne pas s'éloigner de la caisse s'il est seul en présence de plusieurs personnes • Être vigilant surtout au moment de l'encaissement • Réagir discrètement et fermer en cas de vol • Avoir un minimum en caisse : faire des versements réguliers en banque ou en coffre
<p>G. Réagir en cas d'agression, de violence, de braquage</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ne pas montrer de signe de panique • Observer les agresseurs et noter le plus de détails possible après l'agression et en informer les autorités • Demander l'adresse et le témoignage des personnes présentes

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS DE SECOND NIVEAU

LE STAGIAIRE DOIT MAITRISER LES SAVOIRS, LES SAVOIRS-FAIRE, SAVOIR-PERCEVOIR OU SAVOIR-ÊTRE, DIRECTEMENT REQUIS POUR L'ATTEINTE DE L'OBJECTIF DE PREMIER NIVEAU, TEL QUE :

Avant s'informer sur le type de magasin et l'étendue des responsabilités :

1. Exprimer l'importance de la gestion du magasin, de sa propreté, des mesures d'hygiène et de sécurité à respecter et procédures générales afférentes.
2. Exprimer l'importance des tâches et des procédures générales afférentes concernant : l'ouverture et la fermeture du magasin, l'ouverture et la fermeture de la caisse.
3. Nommer des exemples de personnes (dont lui-même) responsable de ces tâches ou de leurs contrôles, selon les types de magasin.

Avant d'en déduire l'ensemble des procédures mettre en place ou à superviser :

4. Donner des exemples de procédures suivant différents types de magasins et de responsabilités du vendeur.
5. Prendre des exemples concrets de procédures dans différents types de magasin.

Avant d'effectuer le travail d'ouverture et de fermeture du magasin :

6. Pratiquer ces tâches en compagnie d'un responsable de magasin
7. Consigner par écrit les différentes procédures
8. Connaître les jours légaux de fermeture.

Avant d'effectuer le travail relatif à l'ouverture et à la fermeture de caisse :

9. Pratiquer ces tâches en compagnie d'un responsable de magasin

Avant d'effectuer le travail relatif à l'hygiène et à la sécurité :

10. Connaître les principes d'hygiène et les principaux éléments pathogènes et leurs conditions de développement concernant l'alimentaire.
11. Connaître les principaux dangers de la détérioration des produits alimentaires.
12. Connaître la DLV, DLUO, DLC et les consignes afférentes.
13. Connaître les produits à utiliser et les méthodes de lutte. Apprendre à effectuer un travail correct
14. Connaître les règles à respecter concernant l'entreposage des produits alimentaires et des produits toxiques.
15. Connaître les normes HACCP et les principes de la chaîne du froid.

OBJECTIF OPÉRATIONNEL

<p>A. Analyser l'étiquetage d'un produit</p> <p>B. Décoder l'étiquetage d'un produit</p> <p>C. Décrypter les signes de danger sur les étiquettes</p> <p>D. Connaître la réglementation sur l'étiquetage des prix</p> <p>E. Comprendre la codification d'un magasin</p> <p>F. Identifier le rôle du code-barres</p> <p>G. Déchiffrer un code-barres</p> <p>H. Différencier un conditionnement d'un emballage</p> <p>I. Identifier les matériaux du conditionnement et de l'emballage</p> <p>J. Identifier les fonctions techniques et commerciales</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Connaître les différents symboles du produit • Décoder les diverses informations du produit • Connaître les signes de danger sur étiquettes du produit • Connaître les informations de vente (unité, quantité et promotion) • Connaître les informations comme la taille, la couleur ou la famille de produits. • Les avantages du code-barres (pour point de vente , consommateurs) • Identifier les composantes du code barre • Définir l'emballage et le conditionnement • Connaître les différents matériaux d'emballage • Connaître les différentes fonctions de l'emballage
---	--

M14	DOCUMENTS COMMERCIAUX ET GESTION DE CAISSE	Durée : 60 h
-----	---	--------------

Volet : Documents Commerciaux	
OBJECTIF OPÉRATIONNEL DE PREMIER NIVEAU DE COMPORTEMENT	
COMPORTEMENT ATTENDU	
Pour démontrer sa compétence, la stagiaire doit produire des documents commerciaux selon les conditions, les critères et les précisions qui suivent.	
CONDITIONS D'ÉVALUATION	
<i>Individuellement ;</i>	
<i>Travail effectué à partir :</i>	
<ul style="list-style-type: none"> - de directives et de consignes fournies par le formateur ; - d'études de cas relatives aux documents commerciaux. 	
<i>Travail effectué à l'aide :</i>	
<ul style="list-style-type: none"> - de documents commerciaux ; - d'une calculatrice. 	
CRITÈRES GÉNÉRAUX DE PERFORMANCE	
Respect des consignes et du temps alloué ;	
Souci de l'image de marque de l'entreprise ;	
Respect des règles de santé et de sécurité ;	
Justesse des données dans les documents produits.	

Partie 1 : Introduction. (Rappeler brièvement les notions suivantes pour mettre en situation les stagiaires)

A. Le cadre juridique des actes du commerce et du commerçant :

I. Les actes de commerce :

1. Les actes de commerce par nature ;
2. Les actes de commerce par accessoire ;
3. Les actes de commerce par la forme (ou actes de commerce objectifs) ;
4. Le commerçant.

II. Les métiers du commerce : (déjà vu dans le Module : Métier et formation)

1. Vendeur (se)
2. Employé (e) commercial (e)
3. 3. caissier (e)
4. 4. Chef de rayon
5. 5. Chef de produit ou responsable marketing
6. 6. Télévendeur (se)
7. 7. L'attaché(e) commercial
8. 8. L'acheteur (se)

III. Le cycle de l'exploitation : (déjà vu dans le Module : Entreprise et Environnement)

1. Le cycle d'exploitation ;
2. Les documents du cycle d'exploitation.

Partie 2 : Les documents commerciaux

1. La demande de prix ou l'appel d'offres
2. L'offre de prix
3. Tableau de comparaison d'offres
4. La commande
5. Le bulletin de commande
6. La note d'envoi ou le bon de livraison
7. Le bon de réception
8. La facture :
 - a. La facture doit sans réduction et majorations ;
 - b. Facture doit avec réductions et majoration de la TVA ;
 - c. Facture doit avec frais de transport assuré par un tiers ;
 - d. Facture doit avec frais de transport assuré par le fournisseur ;
 - e. Facture doit avec consignation d'emballages ;
 - f. La facture avoir.

OBJECTIF OPÉRATIONNEL DE PREMIER NIVEAU DE COMPORTEMENT**COMPORTEMENT ATTENDU**

Pour démontrer sa compétence, le stagiaire doit **Gérer les paiements**, selon les conditions, les critères et les précisions qui suivent.

CONDITIONS D'ÉVALUATION

- Individuellement
- À partir :
 - de consignes ;
 - de mise en situation ;
 - d'études de cas illustrant la réalité d'un commerce
- À l'aide :
 - de pièces justificatives ;
 - de matériel de facturation ;
 - d'un fonds de caisse ;
 - de bordereaux de dépôt ;
 - de récépissés de cartes de crédit ;
 - de valeurs réelles ou fictives ;
 - d'une calculatrice ;
 - d'une caisse enregistreuse.

CRITÈRES GÉNÉRAUX DE PERFORMANCE

- Respect des pratiques courantes et des règles établies par l'entreprise
- Application des principes de l'approche qualité
- Utilisation des pièces justificatives appropriées
- Respect des délais prévus dans l'acheminement des formulaires et des rapports aux organismes et aux personnes en cause
- Manifestation du souci du détail (lisibilité des données enregistrées).
- Exactitude des calculs.

OBJECTIF OPÉRATIONNEL DE PREMIER NIVEAU DE COMPORTEMENT (suite)**PRÉCISIONS SUR LE COMPORTEMENT ATTENDU****CRITÈRES PARTICULIERS DE PERFORMANCE**

H. Calculer un prix de vente

- Détermination juste du prix de vente en utilisant :
 - Le coefficient multiplicateur ;
 - Les taux de marge et taux de marque ;
 - du cycle de vie du produit.

I. Préparer une facture et effectuer les calculs nécessaires.

- Utilisation pertinente du vocabulaire lié à la fixation des prix.
- Présence de toutes les données exigées.
- Exactitude de ces données
- Exactitude des calculs relatifs aux :
 - taxes ;
 - réductions commerciales ;
 - escomptes ;
 - devises étrangères.

J. Effectuer des opérations de caisse

- Vérification appropriée du matériel, de l'équipement et du fonds de caisse.
- Perception exacte du paiement :
 - Remise exacte de la monnaie
 - Respect des procédures relatives à chaque mode de paiement
- Rapidité d'exécution :
 - ✓ Respect des règles de la courtoisie :
 - discrétion ;
 - attitude sympathique dans des situations problématiques
 - ✓ Respect des règles de fermeture de la caisse
 - ✓ Application appropriée des mesures de sécurité au cours des opérations de caisse.
 - ✓ Précision des renseignements dans le rapport de caisse.
 - ✓ Report exact des données sur le bordereau de dépôt.

OBJECTIF OPÉRATIONNEL DE SECOND NIVEAU

LE STAGIAIRE DOIT MAITRISER LES SAVOIRS, SAVOIR-FAIRE, SAVOIR-PERCEVOIR OU SAVOIR-ÊTRE NÉCESSAIRES À L'ATTEINTE DE L'OBJECTIF DE PREMIER NIVEAU, PAR EXEMPLE :

Avant d'apprendre à calculer un prix de vente (A) :

1. Définir la notion de prix
2. Expliquer les objectifs de la détermination des prix
3. Définir les méthodes à employer et les facteurs à considérer pour la fixation des prix
4. Expliquer la politique en matière de prix
5. Expliquer les types de prix et leur fonction (prix coûtant, prix de vente, prix promotionnel, coût psychologique, démarque, etc.)
6. Calculer le pourcentage d'un nombre.

Avant d'apprendre à préparer une facture et à effectuer les calculs nécessaires (B) :

7. Décrire les différentes parties d'une facture.

Avant d'apprendre à effectuer des opérations de caisse (C) :

8. Reconnaître le matériel et l'équipement nécessaires aux opérations de caisse
9. Décrire les transactions liées aux opérations de caisse : vente, échange, remboursement, mise de côté, etc.
10. Expliquer la politique d'une entreprise et ses règles en matière de manipulation des fonds
11. Expliquer les différentes politiques de remboursement adoptées par les entreprises.
12. Connaître les caractéristiques des différents moyens de paiement, les avantages et risques ainsi que les conséquences sur la trésorerie.

M14	LOGICIEL DE GESTION COMMERCIALE	Durée : 60 h
OBJECTIF OPÉRATIONNELS DE PREMIER NIVEAU DE COMPORTEMENT		
<p>COMPORTEMENT ATTENDU</p> <p>Pour démontrer sa compétence, le stagiaire doit Utiliser un logiciel de gestion commerciale selon les conditions, les critères et les précisions qui suivent.</p> <p>CONDITIONS D'ÉVALUATION</p> <ul style="list-style-type: none"> • Travail consistant à effectuer des opérations dans un logiciel de gestion commercial en exploitant les options offertes par ce dernier • Travail effectué avec : <ul style="list-style-type: none"> ✓ un micro-ordinateur ; ✓ un logiciel de gestion commerciale ✓ une imprimante. . • À partir de pièces justificatives et de consignes fournies par le formateur • Recours à l'aide en ligne du logiciel. <p>CRITÈRES GÉNÉRAUX DE PERFORMANCE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Respect des consignes et du temps alloué ; • Utilisation judicieuse des options du logiciel ; • Respect des règles d'utilisation de l'équipement et du matériel informatiques. 		
<p>PRÉCISIONS SUR LE COMPORTEMENT ATTENDU</p> <p>A. Paramétrer le logiciel de gestion commerciale</p>	<p>CRITÈRES PARTICULIERS DE PERFORMANCE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Exactitude des données apportées aux paramètres relatifs : <ul style="list-style-type: none"> ➤ À l'entreprise ; ➤ Aux articles et familles d'articles ; ➤ Aux tiers ; ➤ Aux modes de paiement ; ➤ Aux modèles de documents ; ➤ À la gestion des stocks. 	

OBJECTIF OPÉRATIONNEL DE PREMIER NIVEAU DE COMPORTEMENT (suite)

PRÉCISIONS SUR LE COMPORTEMENT ATTENDU	CRITÈRES PARTICULIERS DE PERFORMANCE
B. produire des documents de vente	<ul style="list-style-type: none"> • Saisie d'un bon de commande • Saisie informations sur contrôle solvabilité client • Gestion des réductions • Saisie des articles et produits • Saisie des fiches client et consultation • Passer du bon de commande au bon de livraison • Imprimer le bon de commande
C. Gérer les documents de livraison	<ul style="list-style-type: none"> • Gestion des reliquats • Livraison partielle • Modification d'une livraison • Impression du bon de livraison
D. Produire des factures	<ul style="list-style-type: none"> • Passer du BC et du BL à la facture • Saisir un acompte • Vérifier les échéances de règlement • imprimer une facture • Dupliquer une facture • Éditer des factures périodiques
E. Gérer des articles de stocks	<ul style="list-style-type: none"> • Saisie d'un article • Saisie de la fiche article • Saisie et enregistrement d'une fiche tarif client • Saisie & enregistrement e fiche références fournisseur • Enregistrement du glossaire • Affectation du glossaire à un article • Saisie de la fiche de stock
F. Gérer les documents d'achat	<ul style="list-style-type: none"> • Gestion des achats • État du réapprovisionnement • Articles en contremarque
G. Gérer des abonnements	<ul style="list-style-type: none"> • Confirmation d'un abonnement • Génération des pièces d'abonnement
H. Gérer les documents de stock	<ul style="list-style-type: none"> • Virement de dépôt à dépôt • Mouvement de sortie • Bons de fabrication • Articles à nomenclature • Impression de la liste des pièces
I. Saisie des règlements	<ul style="list-style-type: none"> • Saisie des règlements reçus des clients • Gestion des écarts de règlement • Impression du reçu de paiement

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS DE SECOND NIVEAU

LE STAGIAIRE DOIT MAITRISER LES SAVOIRS, SAVOIR-FAIRE, SAVOIR-PERCEVOIR OU SAVOIR-ÊTRE JUGES PRÉALABLES AUX APPRENTISSAGES DIRECTEMENT REQUIS POUR L'ATTEINTE DE L'OBJECTIF DE PREMIER NIVEAU, TELS QUE :

Avant d'aborder l'ensemble des précisions :

1. Connaître les documents commerciaux ;
2. Différencier entre les différents types de documents commerciaux ;
3. Avoir effectué une recherche préalable de tous les documents commerciaux dans le domaine des affaires ;
4. Maîtriser le rôle et le contenu de chaque document commercial ;
5. Expliquer les liens entre les données de l'inventaire et les transactions avec les clients.

Avant de paramétrer le logiciel de gestion commerciale (A) :

6. Installer le logiciel de gestion commerciale ;
7. Afficher et masquer les barres d'outils ;
8. Créer des barres d'outils personnalisées ;
9. Utiliser le manuel du fabricant du logiciel de la gestion commerciale ;
10. Insister sur les gains à espérer d'une gestion commerciale efficace ;
11. Préparer les données concernant l'entreprise, les tiers et les articles.

M16	TECHNIQUES DE VENTES : Partie 2	Durée : 90 h
<i>NB : Avant d'entamer cette partie, faire un rappel des volets traités en 1^{ère} partie.</i>		
Volet : Gestion Après-Vente (GAV)		
OBJECTIF OPÉRATIONNEL DE PREMIER NIVEAU DE COMPORTEMENT		
PRÉCISIONS SUR LE COMPORTEMENT ATTENDU	CRITÈRES PARTICULIERS DE PERFORMANCE	
A. Faire un suivi après-vente	<ul style="list-style-type: none"> • Appliquer l'approche client grâce à la relation gagnant-gagnant • Mettre à jour la fiche client • Mettre en place un Service après-vente efficace • Choisir judicieusement les techniques de fidélisation 	
B. Fournir un service de qualité	<ul style="list-style-type: none"> • Comprendre l'intérêt de la qualité dans une entreprise : <ul style="list-style-type: none"> ➤ Qualité du produit ➤ Qualité du service • Observer des exemples concrets de qualité et de non-qualité du service à l'intérieur de l'entreprise • Proposer des améliorations pour accroître la qualité du service • Avoir les attitudes et comportements liés à l'approche qualité 	

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS DE SECOND NIVEAU

LE STAGIAIRE DOIT MAITRISER LES SAVOIRS, SAVOIR-FAIRE, SAVOIR-PERCEVOIR OU SAVOIR-ÊTRE NÉCESSAIRES À L'ATTEINTE DE L'OBJECTIF DE PREMIER NIVEAU, PAR EXEMPLE :

Avant d'acquérir les attitudes et comportements professionnels :

1. Définir le concept de vente.
2. Saisir l'importance du rôle du personnel de vente dans l'entreprise.
3. Définir les différents types de vente.
4. Énumérer les qualités que doit posséder le vendeur conseil.
5. Adopter une attitude positive et professionnelle.

Avant d'apprendre à préparer l'entretien de vente :

6. Recueillir toutes les informations possibles sur le client à rencontrer et sur son entreprise.
7. Bien connaître le produit à vendre et préparer son argumentaire de vente

Avant d'apprendre à prendre contact avec son client :

8. Renforcer tous les atouts physiques et vestimentaires pour attirer l'attention de votre client
9. Apprendre à se mettre en valeur et à installer un esprit de confiance entre le vendeur et le client

Avant d'apprendre à découvrir les besoins et motivations de votre client :

10. Préparer les questions à poser et utiliser les bonnes techniques de questionnement
11. Préparer de quoi noter les informations fournies par votre client

Avant d'apprendre à présenter et argumenter votre offre :

12. Mettre en avant les forces de votre offre par rapport à celle des concurrents.
13. Établir la distinction entre : Caractéristique, Avantage, Preuves...

Avant d'apprendre à présenter le prix :

14. Préparer les éléments négociables dans le prix, les avantages accordés, les remises possibles...

Avant d'apprendre à conclure une vente :

15. Décrire le cadre juridique d'une vente

Avant d'apprendre à fournir un service de qualité :

16. Distinguer la qualité de la non-qualité
17. Mesurer la qualité du point de vue du client

Volet : Télévente	
OBJECTIF OPÉRATIONNEL DE PREMIER NIVEAU COMPORTEMENT	
<p>COMPORTEMENT ATTENDU</p> <p>Pour démontrer sa compétence, le stagiaire doit Effectuer des opérations liées à la vente par téléphone et par internet, selon les conditions, les critères et les précisions qui suivent.</p> <p>CONDITION D'ÉVALUATION</p> <ul style="list-style-type: none"> • À partir de mise en situation. • À l'aide de l'équipement nécessaire. • À l'aide de toute documentation pertinente. <p>CRITÈRES GÉNÉRAUX DE PERFORMANCE</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Respect des principes et des techniques de vente. ➤ Respect des règles de l'éthique professionnelle ➤ Application des principes de l'approche qualité. ➤ Application appropriée des techniques de communication propres à la vente par téléphone ➤ Qualité de la communication interpersonnelle ➤ Utilisation efficace de l'équipement. 	
PRÉCISIONS SUR LE COMPORTEMENT ATTENDU	CRITÈRES PARTICULIERS DE PERFORMANCE
A. Maîtriser les techniques téléphoniques	<ul style="list-style-type: none"> • Manier le téléphone • S'exprimer au téléphone (voix, sourire, choix des phrases...) • S'adresser à son interlocuteur • Accrocher son interlocuteur
B. Rédiger un script téléphonique	<ul style="list-style-type: none"> • Prendre en considération les étapes de la vente • Choisir les bonnes techniques de vente • Rédiger un script de qualité

OBJECTIF OPÉRATIONNEL DE PREMIER NIVEAU COMPORTEMENT	
PRÉCISIONS SUR LE COMPORTEMENT ATTENDU	CRITÈRES PARTICULIERS DE PERFORMANCE
C. Appeler le client	<ul style="list-style-type: none"> • Choisir une formule d'introduction appropriée. • Utiliser un capteur d'attention • Respecter les règles de la courtoisie. • Respecter le délai prévu dans le script. • Respecter la méthode CROC • Consigner les informations convenues avec le client
D. Déterminer les besoins du client	<ul style="list-style-type: none"> • Choisir les questions à poser • S'intéresser au client. • Reformuler les besoins
E. Présenter le produit ou le service	<ul style="list-style-type: none"> • Choisir les arguments de vente • Respecter le contenu du script.
F. Fournir des réponses aux objections	<ul style="list-style-type: none"> • Traiter l'objection • Choisir la réponse en tenant compte du script.
G. Conclure une vente par téléphone	<ul style="list-style-type: none"> • Utiliser la technique de conclusion • Remplir la fiche-client (commande/date de RDV...) • Utiliser une formule de courtoisie pour terminer la conversation. • Laisser le client raccrocher en premier • Remonter l'information au service concerné
H. Utiliser les nouvelles technologies dans la vente	<ul style="list-style-type: none"> • Utiliser la messagerie internet pour communiquer avec le client (avant ou après l'appel selon la situation) • Mettre à jour la base de données client.

OBJECTIF OPÉRATIONNELS DE SECOND NIVEAU

LE STAGIAIRE DOIT MAÎTRISER LES SAVOIRS, SAVOIR-FAIRE, SAVOIR-PERCEVOIR OU SAVOIR-ÊTRE NÉCESSAIRES À L'ATTEINTE DE L'OBJECTIF DE PREMIER NIVEAU, PAR EXEMPLE :

Avant d'apprendre à maîtriser les techniques téléphoniques :

1. Définir le terme "télévente"
2. Indiquer les contextes d'application de la vente par téléphone.
3. Découvrir le travail dans les centres de contacts
4. Apprendre à manier le téléphone
5. Décrire les principales caractéristiques de la voix
6. Utiliser un enregistreur vocal.

Avant d'apprendre à rédiger un script téléphonique :

7. Voir des modèles de script
8. Animer des scripts téléphoniques

Avant d'apprendre à appeler le client :

9. Se préparer à l'appel téléphonique
10. Maîtriser le script téléphonique

Avant d'apprendre à déterminer les besoins du client :

11. Décrire les principaux besoins de la personne, selon Maslow
12. Lister les types de questions à utiliser dans le cas de la télévente

Avant d'apprendre à utiliser les nouvelles technologies de l'internet :

13. Comprendre l'intérêt d'introduire la nouvelle technologie de l'internet dans le contact avec le client
14. Se familiariser avec les sites marchands

M17	E-COMMERCE	Durée : 60 h
OBJECTIF OPÉRATIONNEL DE PREMIER NIVEAU DE SITUATION		
INTENTION POURSUIVIE		
Acquérir la compétence pour		
Pratiquer le marketing et la vente sur Internet par des technologies de l'information et de la communication électronique.		
En tenant compte des précisions en participant aux activités proposées selon le plan de mise en situation, les conditions et les critères qui suivent.		
PRÉCISIONS :		
<ul style="list-style-type: none"> • Identifier les principaux enjeux du commerce électronique ; • Comprendre l'utilité et les éléments constitutifs du commerce électronique ; • Connaître le e-marketing, l'e-merchandising et les différents services liés à une présence sur Internet et/ou les réseaux informatiques. 		
SUGGESTIONS D'ORDRE PÉDAGOGIQUES :		
<ul style="list-style-type: none"> • Exposés, lecture et recherche appliquées recherche d'exemples. • Analyse de cas, définition des composantes du comportement du consommateur sur Internet 		
PLAN DE MISE EN SITUATION :		
PHASE 1 : Comprendre l'obligation et l'opportunité d'être présent sur internet		
<ul style="list-style-type: none"> • Apprécier le marché du E-Commerce : (formes et opérateurs, profils des internautes, chiffres du e-commerce) • Appréhender Internet comme un outil de communication institutionnel, de présentation des produits et services et de personnalisation de la relation avec le client. • Comprendre la notion de site Web marchand comme un outil virtuel de gestion de la relation commerciale de l'entreprise avec ses différents publics ; • Découvrir les pratiques nouvelles en la matière : (M-commerce : Commerce Mobile) 		
PHASE 2 : Mettre en avant les services liés à une solution de commerce électronique		
<ul style="list-style-type: none"> • Comprendre la notion de nom de domaine, savoir l'acheter et l'enregistrer • Décrire le processus de commande depuis le choix des produits et services jusqu'à la confirmation de la commande • Comprendre la notion de paiement électronique, les différents acteurs qui y interviennent ; et les solutions de sécurité possibles. • Savoir proposer des services à valeur ajoutée : (sceaux et labels, conseil, Webzines ; Foire aux questions) 		
PHASE 3 : Savoir développer un merchandising et un marketing électroniques		
<ul style="list-style-type: none"> • Savoir mener une étude de marché sur internet • Savoir construire un mix marketing adéquat sur internet • lister Les clés d'un e-merchandising réussi (environnement du site, page d'accueil, assortiment, emplacements) • savoir promouvoir la présence sur internet : (positionnement, référencement, affiliation, publicité) 		
PHASE 4 : Savoir gérer l'après-vente et la logistique en commerce électronique		
<ul style="list-style-type: none"> • Analyser l'importance du service après-vente et de la logistique dans le commerce électronique ; • Comprendre les moyens à mettre en œuvre pour gérer les commandes et les retours éventuels en commerce électronique ; • Savoir organiser sa logistique 		

CONDITIONS D'ENCADREMENT :

- Créer un climat d'épanouissement personnel et d'intégration professionnelle ;
- Traiter des études de cas et Constituer des groupes de travail ;
- Privilégier les échanges d'opinions entre les stagiaires et favoriser l'expression de toutes et de tous ;
- Motiver les stagiaires à effectuer des recherches sur Internet ;
- Assurer la disponibilité d'une documentation pertinente et d'une connexion Internet ;

CRITÈRES DE PARTICIPATION**PHASE 1 :**

- Écoute attentivement les explications ;
- Mener des recherches appliquées sur Internet
- Analyser des cas réels de sites web marchands sur Internet.

PHASE 2 :

- Écoute attentivement les explications ;
- Découvre les labels et les certifications disponibles au Maroc...
- Discerne les moyens de paiement utilisés en e-commerce au Maroc.
- Découvre les contraintes juridiques liées à une présence sur Internet

PHASE 3 :

- Écoute attentivement les explications ;
- Traite des cas des sur l'étude de marché et le mix marketing sur Internet ;
- Découvre les aspects liés à la pratique d'un merchandising électronique.

PHASE 4 :

- Écoute attentivement les explications ;
- Propose différentes manières d'organiser la logistique et l'après-vente sur internet.
- Découvre les pratiques actuelles et les perspectives en la matière.

M18	TECHNIQUES DE RECHERCHE D'EMPLOI	Durée : 30 h
<p>COMPORTEMENT ATTENDU</p> <p>Pour démontrer sa compétence, le stagiaire doit Utiliser des moyens de recherche d'emploi selon les conditions, les critères et les précisions qui suivent.</p> <p>CONDITIONS D'ÉVALUATION</p> <ul style="list-style-type: none"> • Individuellement ; • À partir de directives et d'offres d'emploi fictives ; • À l'aide de modèles de lettre de présentation et de curriculum vitae. <p>CRITÈRES GÉNÉRAUX DE PERFORMANCE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cohérence du plan de recherche d'emploi ; • Respect des règles d'écriture et de grammaire ; • Respect des règles de convenance en entrevue. 		

OBJECTIF OPÉRATIONNEL

PRÉCISIONS SUR LE COMPORTEMENT ATTENDU

CRITÈRES PARTICULIERS DE PERFORMANCE

A. Rédiger un plan de recherche d'emploi

- Identification correcte des étapes d'une recherche d'emploi ;
- Établissement d'une liste d'employeurs potentiels ;
- Détermination adéquate des actions à entreprendre.

B. Rédiger un curriculum vitæ et une lettre de motivation

- Présence de tous les renseignements pertinents ;
- Clarté des informations inscrites ;
- Pertinence des informations avec l'emploi postulé ;
- Respect des normes de présentation d'un curriculum vitae ;
- Respect des normes d'une lettre de motivation ;
- Absence d'erreurs orthographiques et de frappe.

C. Participer à une entrevue simulée de sélection

- Respect des règles de convenance ;
- Utilisation appropriée des techniques d'entrevue ;
- Pertinence des réponses, des questions et des interventions.

D. Identifier les étapes d'une relance efficace

- Identification juste et complète des étapes ;
- Suivi approprié de la démarche de recherche d'emploi.

Module 19 : Dossier de création d'entreprise

Durée : 60 h

1- Sensibilisation à l'Entrepreneuriat et à l'Auto-emploi

OBJECTIF OPÉRATIONNEL

OBJECTIF :

Permettre aux stagiaires de développer une attitude favorable à l'Entrepreneuriat et à l'Auto-emploi.

DESCRIPTION :

Ce module permettra au stagiaire de maîtriser les bases de développement de l'esprit d'entreprise.

STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT :

La démarche pédagogique vise la mise en œuvre d'une pratique pédagogique innovante et participative centrée sur l'activité de l'étudiant.

Cette pratique a pour principal objectif d'impliquer les étudiants dans leur propre processus de changement et les amener ainsi à une plus grande autonomie. Elle vise également à développer chez ces derniers l'esprit d'initiatives et l'esprit d'équipe et de travail collectif.

Cette approche participative peut s'articuler autour des techniques de formation suivantes :

L'exposé, les discussions de groupe, les petits groupes de travail, les études de cas, les devoirs individuels, les projets et mini-entreprises, les séances de brainstorming, les jeux de rôle, les intervenants externes (Témoignage d'un entrepreneur).

ÉVALUATION :

Évaluation formative :

Un test d'évaluation sera proposé à la fin de chaque séquence de formation pour mesurer le degré de maîtrise des objectifs qui ont fait l'objet de la séquence.

Les titres des Chapitres sont présentés sous forme de questions, auxquelles les étudiants devraient pouvoir apporter une réponse à la fin de chaque chapitre.

Évaluation sommative :

Cette évaluation comprendra :

Une épreuve pratique d'une durée de 1 h. Il s'agit de questionnaire qui peut être remis aux étudiants à la fin de chaque module pour en évaluer la maîtrise du vocabulaire et des concepts fondamentaux de l'Entrepreneuriat.

MATÉRIEL ET ÉQUIPEMENT :

- Vidéo projecteur (pour les exposés). , PC

PRÉCISIONS	ÉLÉMENTS DE CONTENU
A. Maitriser la notion d'Entreprendre	<ul style="list-style-type: none"> • Signification et portée de l'acte d'entreprendre. • Notion de prise de risque.
B. Développer l'esprit d'Entreprise	<ul style="list-style-type: none"> • Signification et portée de l'esprit d'Entreprise. • Motivations d'un entrepreneur. • Fixation des objectifs d'une entreprise.
C. Identifier le profil et les potentiels d'un entrepreneur	<ul style="list-style-type: none"> • Évaluation du potentiel d'un entrepreneur. • Identification du profil d'un entrepreneur. • Entrepreneur en tant que leader.
D. Identifier les compétences essentielles et les facteurs déterminants pour être son propre employeur	<ul style="list-style-type: none"> • Être son propre employeur. • Principaux facteurs de réussite lors de la création d'une entreprise. • Décision de devenir entrepreneur.
- Tableau magnétique.	

2- Techniques de développement d'une idée d'affaires

OBJECTIF OPÉRATIONNEL

OBJECTIF :

Permettre aux stagiaires de maîtriser les techniques de développement des aptitudes créatives et d'évaluation des opportunités d'affaires.

DESCRIPTION :

Ce module permettra au stagiaire de maîtriser les techniques de développement des idées et d'évaluation des opportunités d'affaires.

STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT :

La démarche pédagogique vise la mise en œuvre d'une pratique pédagogique innovante et participative centrée sur l'activité de l'étudiant.

Cette pratique a pour principal objectif d'impliquer les étudiants dans leur propre processus de changement et les amener ainsi à une plus grande autonomie. Elle vise également à développer chez ces derniers l'esprit d'initiatives et l'esprit d'équipe et de travail collectif.

Cette approche participative peut s'articuler autour des techniques de formation suivantes :

L'exposé, les discussions de groupe, les petits groupes de travail, les études de cas, les devoirs individuels, les projets et mini-entreprises, les séances de brainstorming, les jeux de rôle, les intervenants externes (Témoignage d'un entrepreneur).

ÉVALUATION :

Évaluation formative :

Un test d'évaluation sera proposé à la fin de chaque séquence de formation pour mesurer le degré de maîtrise des objectifs qui ont fait l'objet de la séquence.

Les titres des Chapitres sont présentés sous forme de questions, auxquelles les étudiants devraient pouvoir apporter une réponse à la fin de chaque chapitre.

Évaluation sommative :

Cette évaluation comprendra :

Une épreuve pratique d'une durée de 1 h. Il s'agit de questionnaire qui peut être remis aux étudiants à la fin de chaque module pour en évaluer la maîtrise du vocabulaire et des concepts fondamentaux de l'Entreprenariat.

MATÉRIEL ET ÉQUIPEMENT :

Vidéo projecteur (pour les exposés).

- Tableau magnétique.

PRÉCISIONS	ÉLÉMENTS DE CONTENU
A. S'enquérir des techniques de développement des idées d'affaires	<ul style="list-style-type: none"> • Techniques d'identification et de développement des opportunités d'affaires. • Techniques d'appréciation de l'importance d'une bonne idée d'affaires, commercialement valable.
B. Développer son potentiel créatif	<ul style="list-style-type: none"> • Appréciation de son propre potentiel créatif et innovant. • Développement des aptitudes créatives.
C. S'enquérir des techniques d'évaluation des opportunités d'affaires	<ul style="list-style-type: none"> • Développement des techniques d'évaluation des opportunités d'affaires. • Les techniques de transformation d'idées en opportunités d'affaires.

3- Techniques de montage d'un plan d'affaires

OBJECTIF OPÉRATIONNEL

OBJECTIF :

Permettre aux stagiaires de maîtriser les techniques d'élaboration d'un plan d'affaires.

DESCRIPTION :

Ce module permettra au stagiaire de maîtriser les techniques d'élaboration d'un plan d'affaires et le lancement et démarrage d'une petite entreprise.

STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT :

La démarche pédagogique vise la mise en œuvre d'une pratique pédagogique innovante et participative centrée sur l'activité de l'étudiant.

Cette pratique a pour principal objectif d'impliquer les étudiants dans leur propre processus de changement et les amener ainsi à une plus grande autonomie. Elle vise également à développer chez ces derniers l'esprit d'initiatives et l'esprit d'équipe et de travail collectif.

Cette approche participative peut s'articuler autour des techniques de formation suivantes :

L'exposé, les discussions de groupe, les petits groupes de travail, les études de cas, les devoirs individuels, les projets et mini-entreprises, les séances de brainstorming, les jeux de rôle, les intervenants externes (Témoignage d'un entrepreneur).

ÉVALUATION :

Évaluation formative :

Un test d'évaluation sera proposé à la fin de chaque séquence de formation pour mesurer le degré de maîtrise des objectifs qui ont fait l'objet de la séquence.

Les titres des Chapitres sont présentés sous forme de questions, auxquelles les étudiants devraient pouvoir apporter une réponse à la fin de chaque chapitre.

Évaluation sommative :

Cette évaluation comprendra :

Une épreuve pratique d'une durée de 2 h. Il s'agit de questionnaire et/ou cas pratique qui peut être remis aux étudiants à la fin de chaque module pour en évaluer la maîtrise du vocabulaire et des concepts fondamentaux de l'Entreprenariat.

MATÉRIEL ET ÉQUIPEMENT :

Matériel :

- Vidéo projecteur (pour les exposés).
- Tableau magnétique.
- Mallette de simulation de création d'entreprise (Jeu d'entreprise).

PRÉCISIONS	ÉLÉMENTS DE CONTENU
A. Maitriser les techniques d'élaboration d'un plan d'affaires	<ul style="list-style-type: none"> • Composantes d'un plan d'affaires. • Techniques de préparation d'un plan d'affaires. • Techniques de montage d'un plan d'affaires (Jeu d'entreprise).
B. S'enquérir des grandes étapes de création et de lancement d'une entreprise	<ul style="list-style-type: none"> • Interprétation des résultats et des conclusions d'un plan d'affaires. • Évaluation des facteurs de lancement et démarrage d'une entreprise. • Identification des sources d'informations et d'assistance pour le lancement d'une entreprise
C. Maitriser les techniques de base de gestion d'une entreprise	<ul style="list-style-type: none"> • Techniques de base de recrutement et de gestion du personnel. • Techniques de base de la gestion du temps. • Techniques de base de la gestion des ventes et relation avec les clients. • Techniques de base de la gestion des achats et relation avec les fournisseurs. • Techniques de base de calcul et maîtrise des coûts. • Techniques de base de la gestion financière.

M20	PÉRIODE D'APPLICATION EN ENTREPRISE	Durée : 240 h
OBJECTIF OPÉRATIONNEL DE PREMIER NIVEAU DE SITUATION		
<p>INTENTION POURSUIVIE</p> <p>Acquérir la compétence pour S'intégrer au milieu de travail, en tenant compte des précisions en participant aux activités proposées selon le plan de mise en situation, les conditions et les critères qui suivent.</p> <p>PRÉCISIONS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Être consciente de la place qu'on occupe dans une entreprise. • Exercer des tâches dans une entreprise. • Être consciente des changements de perception qu'entraîne un séjour en milieu de travail. <p>PLAN DE MISE EN SITUATION</p> <p>PHASE 1 : Préparation au séjour en milieu de travail</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prendre connaissance des renseignements et des modalités relatives au stage. • S'informer sur l'organisation de l'entreprise. • Se situer dans l'organisation de l'entreprise relativement à la tâche et à la place occupée dans la structure. <p>PHASE 2 : Observations et réalisation d'activités en milieu professionnel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Observer le contexte de travail. • Effectuer diverses tâches professionnelles ou participer à leur réalisation. • Vérifier la satisfaction de la personne responsable du stage relativement aux activités réalisées. • Faire état de ses observations sur le contexte de travail et sur les tâches exercées dans l'entreprise. 		

OBJECTIF OPÉRATIONNEL DE PREMIER NIVEAU DE SITUATION (suite)

PHASE 3 : Comparaison des perceptions de départ aux réalités du milieu professionnel.

- Comparer la perception du métier que l'on avait avant le stage avec celle que l'on a après.
- Comparer ses goûts, ses aptitudes, ses champs d'intérêt et ses qualités personnelles avec les réalités du travail de secrétariat.
- Reconnaître les points forts qui faciliteront son travail ainsi que les carences qu'il faudra pallier.
- Évaluer l'influence de l'expérience sur le choix d'un futur emploi.

CONDITIONS D'ENCADREMENT

- Maintenir une collaboration étroite entre l'établissement de formation et l'entreprise.
- Rendre possible l'observation et l'exécution des tâches professionnelles.
- S'assurer de la supervision des stagiaires par une personne responsable de l'entreprise (tuteur ou tutrice).
- Assurer l'encadrement périodique des stagiaires.
- Intervenir en cas de difficultés ou de problèmes.
- Favoriser les échanges d'opinions entre les stagiaires ainsi que l'expression de tous, particulièrement au moment de la confrontation des perceptions de départ aux réalités vécues en milieu professionnel.

CRITÈRES DE PARTICIPATION

PHASE 1 :

- Recueille des données relatives au stage et à l'organisation de l'entreprise.
- Décrit les tâches prévues pour les stagiaires.

PHASE 2 :

- Respecte les directives de l'entreprise relativement aux activités qu'on lui permet d'exercer à titre de stagiaire, les horaires et la réglementation de travail.
- Fait état de ses observations sur au moins cinq aspects du contexte professionnel et sur les tâches exercées au cours du stage.

PHASE 3 :

Résume son expérience en milieu professionnel en indiquant quelle influence elle aura sur le choix d'un futur emploi.

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS DE SECOND NIVEAU

LE STAGIAIRE DOIT MAÎTRISER LES SAVOIRS, SAVOIR-FAIRE, SAVOIR-PERCEVOIR OU SAVOIR ÊTRE JUGES PRÉALABLES AUX APPRENTISSAGES DIRECTEMENT REQUIS POUR L'ATTEINTE DE L'OBJECTIF DE PREMIER NIVEAU, TELS QUE :

Avant d'entreprendre les activités de la phase (préparation au séjour en milieu professionnel) :

1. Appliquer les étapes de planification de la recherche d'un lieu de stage.
2. Se soucier de l'importance des attitudes au moment de la recherche dynamique d'un lieu de stage.

Avant d'entreprendre les activités de la phase 2 (Observation et réalisation d'activités en milieu professionnel) :

1. Décrire les éléments à consigner en cours de stage.
2. Décrire le comportement à adopter en milieu professionnel.

NB :

Les livrables sont :

1. *Rapport de stage ;*
2. *Résumé dudit Rapport de stage en arabe ;*
3. *Résumé dudit Rapport de stage en anglais ;*
4. *Présentation diaporama afférente aux activités du stage.*

Les livrables sont réalisés par :

1. *Ms Word pour le traitement de texte ;*
2. *Ms Excel pour les tableaux et graphiques ;*
3. *Ms Powerpoint pour la présentation diaporama ;*
4. *Ms Outlook pour l'envoi des livrable par email à partir du compte dédié par la plateforme.*