



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 la Formation

Secteur : AGC (Administration, Gestion & Commerce)

PROGRAMME DE FORMATION

*Filière : TSC (Technicien Spécialisé en
Commerce)*

Juillet 2015



DRIF, CDC TERTIAIRE

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
<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>			
Mohamed FAHIM	Formateur Animateur	CDC TERTIAIRE	DRIF
Mustapha HAIDARA	Formateur Animateur	CDC TERTIAIRE	DRIF
Hayat SAOUAQI	Formatrice Animatrice	CDC TERTIAIRE	DRIF
Cornelia BERGER	Experte	SES (SENIOR EXPERT) ALLEMAGNE	SES
Michael HECHT	Expert	SES (SENIOR EXPERT) ALLEMAGNE	SES
Naima SOBHI	Formatrice	ISTA HAY HASSANI 2 CASABLANCA	GC
Majda MARISSANI	Formatrice	ISGI CASABLANCA	GC
Maha ZHARI	Formatrice	ISTA ROCHES NOIRES CASABLANCA	GC
Khadija ZAITOUR	Formatrice	ISTAC CASABLANCA	GC
Abdelghafour MOHIBI	Formateur	ISTA BEN MSIK CASABLANCA	GC
Nabil AIT SGHIR	Formateur	ISTA YAACOUB EL MANSOUR RABAT	NO1
Sanaa DALH	Formatrice	ISTA SALE	NO1
Jamal ALIHOUMAD	Formateur	ISTA HAD SOUALEM	CT

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 de formation.*

SOMMAIRE

Modules	N° de page
EGT 1. Arabe	12
EGT 2. Communication écrite et orale	13
EGT 3. Anglais technique	16
EGT 4. Législation / PME	18
Module 01. Métier et formation dans le secteur AGC	20
Module 02. Bureautique	22
Module 03. L'entreprise et son environnement	27
Module 04. Statistiques	30
Module 05. Marketing fondamental	32
Module 06. Univers de la distribution au Maroc	34
Module 07. Calculs commerciaux	37
Module 08. Comptabilité générale - concepts de base	40
Module 09. Approvisionnements	43
Module 10. Merchandising	48
Module 11. Techniques de vente et de négociation	50
Module 12. Documents commerciaux et gestion de la caisse	53
Module 13. Techniques de recherche d'emploi	60
Module 14. Introduction au Droit Commercial	63
Module 15. Logiciel de gestion commerciale SAARI	64
Module 16. Environnement international	65
Module 17. Marketing international	67
Module 18. Management de la force de vente	69
Module 19. Management de la relation client	72
Module 20. Anglais commercial	74
Module 21. Commerce électronique	75
Module 22. Techniques juridiques à l'international	78
Module 23. Techniques logistiques du commerce international	80
Module 24. Paiement et financement à l'international	83
Module 25. Dossier de création d'entreprise	85
Module 26. Stage en entreprise	93

PRESENTATION DU PROGRAMME

Le programme de formation Technicien Spécialisé en Commerce (TSC) 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 **2000** heures ; de ce nombre, 1020 heures sont relatives à la première année et 980 heures à l'acquisition de compétences en deuxième année. Chaque année est décomposée en deux semestres. Le programme est divisé en **30** modules.

Le programme comprend deux parties :

- 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.
- 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

Enoncés 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 de formation comprenant un objectif opérationnel de premier niveau et les objectifs opérationnels de second niveau qui l'accompagnent.

Première partie

1. SYNTHÈSE DU PROGRAMME DE FORMATION

Nombre de modules : 30

Durée en heures : 2000

N° Module	Modules	A1 S1	A1 S2	A2 S1	A2 S2	Total
EGT1	Arabe	15	15			30
EGT2	Communication écrite et orale	70	70	70		210
EGT3	Anglais technique		35	35		70
EGT4	Législation/PME			30		30
M01	Métier et formation dans le secteur AGC	15				15
M02	Bureautique	90				90
M03	L'entreprise et son environnement	90				90
M04	Statistiques	60				60
M05	Marketing fondamental	90				90
M06	Univers de la distribution au Maroc	30				30
M07	Calculs commerciaux	60				60
M08	Comptabilité générale : Concepts de base		90			90
M09	Approvisionnements		60			60
M10	Merchandising		90			90
M11	Techniques de vente et de négociation		80			80
M12	Documents commerciaux et gestion de la caisse		30			30
M13	Techniques de recherche d'emploi		30			30
M14	Introduction au Droit Commercial			30		30
M15	Logiciel de gestion commerciale SAARI			60		60
M16	Environnement international			30		30
M17	Marketing international			60		60
M18	Management de la force de vente			60		60
M19	Management de la relation client			50		50
M20	Anglais commercial			50		50
M21	Commerce électronique			40		40
M22	Techniques juridiques à l'international				30	30
M23	Techniques logistiques du commerce international				90	90
M24	Paieement et financement à l'international				45	45
M25	Dossier de création d'entreprise				60	60
M26	Stage en entreprise				240	240
		520	500	515	465	2 000

2- BUTS DE LA FORMATION

Les buts de la formation en Commerce 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 :

Rendre la personne efficace dans l'exercice d'une profession

- Lui permettre d'effectuer correctement et avec une performance acceptable, au niveau du seuil d'entrée sur le marché du travail, les tâches et les activités inhérentes au travail du commercial.
- Lui permettre d'évoluer convenablement dans le cadre du travail, en favorisant :
 - 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 commercial ;
 - 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.

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.

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.

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 GENERAUX

Les objectifs généraux du programme « *Technicien spécialisé en commerce* » sont présentés ci-après. Ils sont accompagnés des énoncés de compétences liées à chacun des objectifs opérationnels de premier niveau qu'ils regroupent.

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

Développer chez le stagiaire les compétences nécessaires pour l'application des principes, des règles et des méthodes essentielles à la pratique du métier.

- Se situer par rapport à l'environnement de l'entreprise ;
- Connaître l'entreprise et ses fonctions
- Utiliser les statistiques
- Utiliser les calculs commerciaux
- Connaître la législation commerciale en vigueur
- Connaître la législation et l'environnement international

Développer chez la personne les compétences nécessaires pour l'utilisation des outils informatiques

- Mettre en œuvre les outils Bureautiques courants
- Utiliser un logiciel de bases de données
- S'initier au commerce électronique

Développer chez la personne les compétences nécessaires pour communiquer en milieu de travail

- Appliquer les règles de la communication écrite.
- Gérer en anglais, la communication du bureau.

Développer chez la personne les compétences nécessaires pour la réalisation des tâches du Commercial

- Mener des études commerciales ;
- Mettre en place des actions commerciales ;
- Mener des négociations commerciales ;
- Gérer les secteurs de vente ;
- Gérer la force de vente ;
- Gérer la relation client ;
- Réaliser des opérations de transit et de dédouanement ;
- Utiliser les instruments et les techniques de paiement à l'international.

5- OBJECTIFS OPERATIONNELS DE PREMIER ET DE SECOND NIVEAU

5.1 DEFINITION DES OBJECTIFS OPERATIONNELS

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 éducative 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.

REMARQUES

Les objectifs opérationnels de premier 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 premier niveau guident les apprentissages que les stagiaires doivent avoir 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 5.2) 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

5.2 GUIDE DE LECTURE DES OBJECTIFS OPERATIONNELS DE PREMIER NIVEAU

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 ou 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 de la compétence 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.

EGT1 : ARABE

Durée 30 h

OBJECTIF OPERATIONNEL DE PREMIER NIVEAU DE COMPORTEMENT

COMPORTEMENT ATTENDU

Pour démontrer sa compétence, le stagiaire doit **appliquer les notions d'Arabe commercial** selon les conditions, les critères et les précisions qui suivent.

CONDITIONS D'EVALUATION

- Travail individuel
- Echange commercial oral ou écrit.

CRITERES GENERAUX DE PERFORMANCE

- Respect des règles de grammaire et d'orthographe, respect du fond et de la forme.

PRECISIONS SUR LE COMPORTEMENT ATTENDU	CRITERES PARTICULIERS DE PERFORMANCE
A. Accueillir un visiteur en langue arabe par téléphone	<ul style="list-style-type: none">• Le message est bien compréhensible,• Le stagiaire s'exprime avec enthousiasme.• Le stagiaire a le sourire
B. Questionner en langue arabe par téléphone	<ul style="list-style-type: none">• Pose des questions ouvertes, fermées, d'approfondissement.
C. Faire des interventions d'appui par téléphone	<ul style="list-style-type: none">• Reformule correctement• Réagit conformément à l'interlocuteur
D. Argumenter par téléphone	<ul style="list-style-type: none">• Argumente en utilisant les SPA (ou les caractéristiques et avantages).• Utilise le langage et les expressions de l'interlocuteur.
E. 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.

EGT2 : COMMUNICATION ÉCRITE ET ORALE

Durée : 210 h

OBJECTIF OPERATIONNEL DE PREMIER NIVEAU DE SITUATION

INTENTION POURSUIVIE

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.

PRECISIONS

- 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
- Etre consciente ou conscient de ses forces et de ses limites quant à sa façon de communiquer.

PLAN DE MISE EN SITUATION

PHASE 1 : Informations sur les principes généraux de la communication :

- 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.
- A 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.

PHASE 2 : Sensibilisation à la réalisation de travaux en équipe :

- 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.

OBJECTIF OPERATIONNEL DE PREMIER NIVEAU DE SITUATION

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 : Evaluation 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).

CRITERES DE PARTICIPATION

PHASE 1 :

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

**OBJECTIF OPERATIONNEL DE PREMIER NIVEAU
DE SITUATION**

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.

EGT3 : ANGLAIS TECHNIQUE

Durée : 70 h

OBJECTIF OPERATIONNEL DE PREMIER NIVEAU DE COMPORTEMENT

COMPORTEMENT ATTENDU

Pour démontrer sa compétence, le stagiaire doit **Communiquer en anglais** selon les conditions, les critères et les précisions qui suivent.

CONDITIONS D'EVALUATION

Travaux effectués à partir de situations représentatives du milieu des affaires et consistant :

- A prendre en dictée un texte comportant des difficultés d'orthographe d'usage et grammaticale ;
- A traduire un texte du français à l'anglais.
- A prendre en note le contenu d'un message verbal, à partir d'une mise en situation.

Sans outil de références pour la dictée.

CRITERES GENERAUX

- Respecter des règles d'orthographe d'usage et grammaticale

PRECISIONS SUR LE COMPORTEMENT ATTENDU

A. Analyser grammaticalement des textes.

B. Accorder des termes

CRITERES PARTICULIERS DE PERFORMANCE

- Reconnaissance exacte de la nature et de la fonction des mots.
- Détermination appropriée du genre et du nombre des mots.

- Accords appropriés des :
 - Noms ;
 - Déterminants ;
 - Pronoms ;
 - Adjectifs ;
 - Participes.

**OBJECTIF OPERATIONNEL DE PREMIER NIVEAU
DE COMPORTEMENT (suite)**

**PRECISIONS SUR LE
COMPORTEMENT ATTENDU**

**CRITERES PARTICULIERES 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.
E. Ponctuer des textes.	<ul style="list-style-type: none">• Utilisation des signes appropriés.• Emplacement approprié des signes.
F. Corriger 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.
G. Prendre en note le contenu de messages verbaux.	<ul style="list-style-type: none">• Reconnaissance exacte de l'objet.• Présence des idées principales.• Présence des détails importants à retenir.
H. Traduire des textes du français à l'anglais et vice versa	<ul style="list-style-type: none">• Reconnaissance des idées principales.• Reconnaissance des idées secondaires.• Reconnaissance de l'idée générale.
I. Traduire les documents commerciaux de l'entreprise.	<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 ;
J. Rédiger en anglais, des écrits professionnels.	<ul style="list-style-type: none">• Respect des normes ;• Respect des règles d'orthographe ;• Indication des informations nécessaires.

EGT4 : LÉGISLATION/PME

Durée : 30 h

OBJECTIF OPERATIONNEL DE PREMIER NIVEAU DE COMPORTEMENT

COMPORTEMENT ATTENDU

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.

CONDITIONS D'EVALUATION

- A partir des études de cas, mise en situation, consignes du formateur, toute documentation nécessaire
- A l'aide du : Nouveau Code de travail

CRITERES GENERAUX

- Respect de la démarche juridique
- Respect des principes de gestion de temps
- Respect des pratiques courantes et des règles établies par l'entreprise
- Vérification appropriée du travail

PRECISIONS SUR LE COMPORTEMENT ATTENDU

A. Décrire les principaux types de contrats

B. Elaboration de modèle de contrats de travail

CRITERES PARTICULIERS DE PERFORMANCE

- Distinction des caractéristiques des contrats :
 - Contrat synallagmatique
 - Contrat à titre onéreux
 - Contrat à exécution successive
 - Contrat conclu intuitu-personae
 - Contrat d'adhésion
- Elaboration d'un contrat à durée déterminée
- Elaboration d'un contrat à durée indéterminée.
- Préparer un contrat à l'essai
- Contrat de mission (intérim)

**OBJECTIF OPERATIONNEL DE PREMIER NIVEAU
DE COMPORTEMENT (suite)**

PRECISIONS SUR LE COMPORTEMENT ATTENDU	CRITERES PARTICULIERS DE PERFORMANCE
C. Conclure un contrat de travail	<ul style="list-style-type: none"> • Respect du formalisme • Respect des règles de protection : <ul style="list-style-type: none"> - du mineur - de la femme - des personnes majeures • prise en compte de la clause de non concurrence • prise en compte de la réglementation et des usages en vigueur
D. Exécuter un contrat de travail	<ul style="list-style-type: none"> • Connaissance des principaux droits et obligations de l'employeur <ul style="list-style-type: none"> - 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
E. La cessation du contrat de travail.	<ul style="list-style-type: none"> • Connaissance de conséquences juridiques de la Cessation provisoire (suspension du contrat de travail) : • Connaissance de conséquences juridiques de la cessation définitive <ul style="list-style-type: none"> - 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 : <ul style="list-style-type: none"> - L'indemnité de licenciement - Le reçu pour solde de tout compte - Le certificat de travail

MODULE 1 : MÉTIER ET FORMATION

Durée : 15 h

OBJECTIF OPERATIONNEL DE PREMIER NIVEAU DE SITUATION

INTENTION POURSUIVIE

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.

PRECISIONS

- 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

- S'informer sur les caractéristiques du marché du travail dans le domaine de Commerce : 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

- Discuter des habiletés, des aptitudes et des connaissances nécessaires pour pratiquer le métier.
- S'informer sur le projet de formation : programme de formation, 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 OPERATIONNEL DE PREMIER NIVEAU
DE SITUATION (suite)**

PHASE 3 : Evaluation 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 commercial.
- Reconnaître les forces qui facilitent son travail ainsi que les faiblesses qu'il faudra palier.
- Donner 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.

CRITERES 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.
- Ecoute 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.

MODULE 2 : BUREAUTIQUE-SGBDR
Partie 1 : Bureautique

Durée : 90 h

**OBJECTIF OPERATIONNEL DE PREMIER NIVEAU DE
COMPORTEMENT**

COMPORTEMENT ATTENDU

Pour démontrer sa compétence, le stagiaire doit **mettre en œuvre les outils Bureautiques** selon les conditions, les critères et les précisions qui suivent.

CONDITIONS D’EVALUATION

- Travail effectué avec :
 - Un micro-ordinateur ;
 - Un logiciel de traitement de texte ;
 - Un tableur ;
 - Power point ;
 - Des logiciels correcteurs orthographiques et grammaticaux ;
 - Une imprimante ;
 - un vidéo projecteur
- Travail effectué à partir de :
 - Consignes du Formateur.
 - Manuels de référence.
 - Mises en situation représentatives du milieu des affaires ;
 - Des ateliers d’auto formation préparés par le formateur.

CRITERES GENERAUX DE PERFORMANCE

- Utilisation des commandes appropriées.
- Respect des consignes et du temps alloué.
- Respect des règles d’utilisation de l’équipement et du matériel informatiques.

**PRECISIONS SUR LE
COMPORTEMENT ATTENDU**

A. Utiliser les fonctions d’un logiciel de traitement de texte

**CRITERES PARTICULIERS DE
PERFORMANCE**

- Détermination de la taille et de l’apparence des caractères
- Détermination des marges et des alignements
- Disposer du texte pour l’ensemble d’un document
- Sauvegarder et récupérer des fichiers.

**OBJECTIF OPÉRATIONNEL DE PREMIER NIVEAU
DE COMPORTEMENT (suite)**

**PRÉCISIONS SUR LE
COMPORTEMENT ATTENDU**

**CRITÈRES PARTICULIERS DE
PERFORMANCE**

B. Utiliser les fonctions d'un tableur

- Créer des sommaires et des descripteurs pour la gestion de documents.
- Déplacer et copier des blocs de texte.
- Rechercher et remplacer des caractères.
- Utiliser des correcteurs orthographiques et grammaticaux.
- Imprimer des documents.
- Insérer des dates dans des documents.
- Fusionner des textes avec des listes de données provenant de fichiers du même logiciel.
- Importer des fichiers provenant d'une base de données.

- Création d'un tableau.
- Insertion des formules dans un tableau.
- Création des graphiques représentatifs d'un tableau.
- Gestion des bases de données sous un tableur.
- Création des Tableaux Croisés Dynamiques
- Impression des feuilles.

C. Utiliser les fonctions d'une application de présentation et de graphisme (POWER POINT)

- Création de présentations.
- Utilisation des diapositives.
- Création de pages de commentaires et de documents.
- Utilisation des différents affichages.
- Utilisation de dessins, d'objets et de graphiques.
- Création et modification de l'aspect d'une présentation.
- Impression des présentations.

**OBJECTIF OPÉRATIONNEL DE PREMIER NIVEAU
DE COMPORTEMENT**

**PRÉCISIONS SUR LE
COMPORTEMENT ATTENDU**

D. Utiliser un navigateur Internet
(Internet explorer)

E. Utiliser un logiciel de messagerie
(outlook ou outlook express)

**CRITÈRES PARTICULIERS DE
PERFORMANCE**

- Connexion avec l'aide de l'URL
- Paramétrage de la page de démarrage
- Utilisation et organisation des favoris
- Utilisation de l'historique et du cache
- Paramétrage des options
- Téléchargement des pages
- Consultation hors ligne

- Archivage optimale des données
- Utilisation correcte des options d'envoi
- Modification de l'apparence des messages
- Utilisation efficace des automatismes
- Paramétrage optimale de la réception de messages
- Gestion des pièces jointes

**MODULE 2 : PARTIE 2 :
PRINCIPES ET FONCTIONNEMENT D'UN SGBDR**

**OBJECTIF OPÉRATIONNEL DE PREMIER NIVEAU
DE COMPORTEMENT**

COMPORTEMENT ATTENDU

Pour démontrer sa compétence, le stagiaire doit

Utiliser un logiciel de base de données

Selon les conditions, les critères et les précisions qui suivent.

CONDITIONS D'ÉVALUATION

- Travail effectué avec :
 - un micro-ordinateur ;
 - un logiciel de base de données ;
 - une imprimante.
- À partir de mises en situation représentatives du milieu des affaires et de consignes du formateur.
- Avec l'aide en ligne.

CRITÈRES GÉNÉRAUX DE PERFORMANCE

- Respect des consignes et du temps alloué.
- Utilisation des commandes appropriées.
- Respect des règles d'utilisation de l'équipement et du matériel informatiques.

**PRÉCISIONS SUR LE
COMPORTEMENT ATTENDU**

A. Créer la Base de données

**CRITÈRES PARTICULIERS DE
PERFORMANCE**

- Choix du mode de création
 - mode assistant
 - mode création
- Définition de la structure de chaque table
- Définition des clés des tables
- Définition de la nature des clés
 - Clés primaires
 - Clés secondaires

**OBJECTIF OPERATIONNEL ED PREMIER NIVEAU DE
COMPORTEMENT (suite)**

**PRECISION SUR LE
COMPORTEMENT ATTENDU**

B. Définir des relations entre les tables.

C. Extraire des données.

D. Créer des formulaires.

E. Produire des Etats.

F. Exporter les données :

- Vers un autre SGBDR
- vers un tableur
- vers un logiciel de traitement de texte

CRITERES PARTICULIERS DE PERFORMANCE

- Sélection des tables à lier
- Choix des clés à migrer d'une table à l'autre
- Définition de la nature de la relation :
 - Une à plusieurs
 - Un à un
 - Application des règles de l'intégrité référentielle
- Choix du mode des requêtes :
 - Mode assistant
 - Mode création
- Sélection des tables appropriées
- Choix des champs à afficher
- Définition des critères de la requête
- Choix du mode de création des formulaires :
 - Mode assistant
 - Mode création
- Sélection des tables ou requêtes sur lesquelles portera le formulaire
- Choix du modèle préétabli
- Mise en forme des formulaires
- Définition des propriétés des contrôles :
 - Zone de label
 - Zone de texte
 - Buttons
- Choix du mode de création des Etats :
 - Mode assistant
 - Etat vierge
- Sélection des tables ou requêtes sur lesquelles portera l'état
- Choix du modèle préétabli
- Mise en forme des états
- Définition des propriétés de l'état.
- Export de manière automatique
- Sélection de la partie des données appropriées.
- Utilisation des données dans le logiciel de destination.

MODULE 3 : L'ENTREPRISE ET SON ENVIRONNEMENT

Durée : 90 h

OBJECTIF OPERATIONNEL DE PREMIER NIVEAU DE SITUATION

INTENTION POURSUIVIE

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.

Précisions

- Connaître l'entreprise.
- Comprendre les interrelations entre les fonctions de l'entreprise et l'environnement.
- Prendre conscience des influences extérieures.
 - Evaluer 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 :

- S'informer sur les agents du macro environnement :
 - Socio économique : douane, social, démographie,...
 - Institutionnel : (cadre législatif et réglementaire ,...)
 - Organismes public (administration fiscale ,...)
 - Technique et socio culturel
- S'informer sur l'organisation et le fonctionnement des agents du micro environnement :
 - 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 :

- Analyser les flux circulants entre l'entreprise et ses partenaires : clients, fournisseurs, banques, Etat,...
- Participer à la conception d'un système d'information :
 - Sélectionner les sources d'information
 - Trier les informations, analyser et utiliser les informations selon les objectifs de l'entreprise.
 - Diffuser l'information dans l'entreprise.

**OBJECTIF OPERATIONNEL DE PREMIER NIVEAU
DE SITUATION (suite)**

PHASE 3 : Evaluer 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 responsable d'entreprise.

CRITERES DE PARTICIPATION

PHASE 1 :

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

PHASE 2 :

- Ecoute attentivement les explications.
- Consulte les sources d'information mises à sa disposition : ouvrages, journaux, CD fiscal, INTERNET.
- Recueil des données

PHASE 3 :

- Présente un rapport d'enquête

**OBJECTIF OPERATIONNEL DE PREMIER NIVEAU
DE SITUATION**

PRECISIONS SUR LE COMPORTEMENT ATTENDU	CRITERES PARTICULIERS DE PERFORMANCE
<p>A. Définir l'entreprise selon l'approche globale</p> <p>B. Expliquer le rôle de chaque fonction de l'entreprise.</p> <p>C. Les obligations de l'entreprise (fiscale, commerciale ...).</p> <p>D. Les agents du macro environnement</p> <p>E. Les agents du micro environnement</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Définir l'entreprise. • Expliquer les principes de l'approche globale • Expliquer la réglementation de l'activité commerciale (commerçant, actes de commerce,...). • Expliquer les formes de l'entrepris. • Les fonctions de l'entreprise : fonctions production, fonction commerciale, fonction administrative et financière, fonction de distribution... • environnement juridique, environnement démographique • environnement socio-économique • environnement institutionnel • environnement technique • environnement socio culturel • les organismes publics • détail des agents du micro environnement • banque, assurance, bourses • clients fournisseurs, sous traitants... • les influences de chacun de ces environnements
<p>F. l'importance de la relation entre l'entreprise et ses partenaires</p> <p>G. Connaître et analyser les différents flux.</p> <p>H. Analyser le système d'information</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Clients/fournisseurs : contrat de vente • Administration fiscale : impôts directs et impôts indirects • Flux physiques, flux monétaires, flux d'information, • Définition de l'information • Collecte de l'information • Construction de l'information • Les fonctions d'un système d'information • Le concept de système d'information • Le tableau de bord et ses avantages • Classification des informations <ul style="list-style-type: none"> - Informations financières - Informations qualitatives et quantitatives sur les concurrents
<p>I. Savoir comment présenter un rapport</p> <p>J. produire un rapport sur une entreprise</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Identification de l'entreprise • Les fonctions de l'entreprise choisie • Analyse des flux d'information circulant entre les services de l'entreprise • Identification des partenaires de l'entreprise • Les influences extérieures et l'entreprise

MODULE 4 : STATISTIQUES

Durée : 60 h

OBJECTIF OPERATIONNEL DE PREMIER NIVEAU DE COMPORTEMENT

COMPORTEMENT ATTENDU

Pour démontrer sa compétence, le stagiaire doit **appliquer les méthodes statistiques** selon les conditions, les critères et les précisions qui suivent.

CONDITIONS D’EVALUATION

- A partir des études de cas, mise en situation, consignes du formateur, toute documentation nécessaire
- A l’aide de : calculatrice, tableur et logiciel de statistiques,

CRITERES GENERAUX

- 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

PRECISIONS SUR LE COMPORTEMENT ATTENDU

- A. Comprendre les variables statistiques
- B. Réaliser des représentations graphiques

CRITERES PARTICULIERS DE PERFORMANCE

- Qualification d’une variable qualitative
 - Qualification d’une variable quantitative discrète
 - Qualification d’une variable quantitative continue
-
- Représentation correcte des variables quantitatives discrètes
 - Représentation correcte des variables quantitatives continues

**OBJECTIF OPERATIONNEL DE PREMIER NIVEAU
DE COMPORTEMENT (suite)**

PRECISIONS SUR LE COMPORTEMENT ATTENDU	CRITERES PARTICULIERES DE PERFORMANCE
<p>C. Calculer les Caractéristiques des distributions</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Calcul et interprétation juste des paramètres de tendance centrale <ul style="list-style-type: none"> a. Moyennes b. Mode c. Médiane d. Médiale e. quartiles • Calcul et interprétation correcte des paramètres de dispersion <ul style="list-style-type: none"> f. Étendue g. Écart absolu moyen et écart inter quantile h. Variance, écart-type et coefficient de variation
<p>E. Traiter les indicateurs de concentration</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Traiter la courbe de Lorentz • Calculer le coefficient Gini
<p>F. Procéder aux ajustements</p>	<ul style="list-style-type: none"> • L'ajustement graphique et mécanique • L'ajustement linéaire • L'ajustement par la méthode des moindres carrés
<p>G. traiter les séries chronologiques</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La périodicité • Composantes d'une série chronologique (trend) • Composantes saisonnières • Le coefficient saisonnier

Module 5 : MARKETING FONDAMENTAL

Durée : 90 h

OBJECTIF OPÉRATIONNEL DE PREMIER NIVEAU DE COMPORTEMENT

COMPORTEMENT ATTENDU

Pour démontrer sa compétence, le stagiaire doit **être capable de mener** une étude de marché, et de concevoir un marketing opérationnel efficace et cohérent selon les conditions, les critères et les précisions qui suivent.

CONDITIONS D'ÉVALUATION :

- Individuellement ;
- À partir d'études de cas, et d'études sur le terrain.
- Réalisation d'une enquête par sondage
- Rédaction d'un rapport relatif à cette enquête par sondage
- Conception et mise en place d'un plan de marchéage

CRITÈRES GÉNÉRAUX :

- Respect de la démarche de l'étude de marché ;
- Application appropriée des techniques de communication orale et écrite ;
- Fiabilité des informations recueillies.

PRÉCISIONS SUR LE COMPORTEMENT ATTENDU	CRITÈRES PARTICULIERS DE PERFORMANCE
<p>A. Situer le marketing dans l'entreprise et dans l'économie</p> <p>B. Connaitre l'évolution historique du marketing</p> <p>C. Appréhender les fondements du marketing</p> <p>D. Comprendre le comportement du client</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Rôle et importance d'une approche marketing pour l'entreprise, • Situer la fonction marketing par rapport à la structure organisationnelle de l'entreprise • Les principales phases de l'évolution du marketing • Fondements théoriques du marketing • L'optique production • L'optique marketing • Les concepts de base du marketing • La compréhension des besoins des clients • Le comportement d'achat du client • L'analyse du processus de réponse du client • Le système d'information marketing
<p>E. Elaborer la stratégie marketing</p> <p>F. rechercher des informations sur le marché</p> <p>G. Mettre en œuvre le marketing opérationnel</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Analyse des besoins par la segmentation (marché, clients) • Choix du ciblage et du positionnement • Choix d'une stratégie marketing • Etude documentaire • Etude qualitative • Etude quantitative • Les tests • Le plan marketing • La politique du produit • La politique du prix • La politique de distribution • La politique de communication

M6	UNIVERS DE LA DISTRIBUTION AU MAROC	Durée : 30 H
OBJECTIF OPÉRATIONNEL		
<p>COMPÉTENCES :</p> <p>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.

MODULE 7 : CALCULS COMMERCIAUX

Durée : 60 h

OBJECTIF OPERATIONNEL DE PREMIER NIVEAU DE COMPORTEMENT

COMPORTEMENT ATTENDU :

Pour démontrer sa compétence, le stagiaire doit appliquer les notions d'arithmétique commerciale selon les conditions, les critères et les précisions qui suivent :

CONDITIONS D'EVALUATION :

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

CRITERES GENERAUX DE PERFORMANCE

Calculs corrects de nombres.

**OBJECTIF OPERATIONNEL DE PREMIER NIVEAU
DE COMPORTEMENT**

PRECISIONS SUR LE COMPORTEMENT ATTENDU	CRITERES PARTICULIERS DE PERFORMANCE
<p>A. Associer les règles de l'arithmétique commerciale aux opérations.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Additions, soustractions, divisions et multiplications de : <ul style="list-style-type: none"> – nombres entiers – nombres décimaux – nombres complexes • Conversion des unités de mesures • Calcul des pourcentages
<p>B. Calculer les éléments d'un prix de vente</p> <p>C. Calculer les réductions sur un prix d'achat et de vente</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Définir le prix d'achat • Calculer le coût d'achat • Calculer le coût de revient • Calcul des remises • Calcul des ristournes et des rabais • Calcul des escomptes
<p>D. Définir la TVA</p> <p>E. Calculer TVA sur un prix hors taxe</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Présentation des différents types de TVA (récupérable/charges, récupérables / immobilisations, facturée) • Traiter les différents taux de la TVA • Calcul de la TVA sur un prix hors taxe. • Calcul de la TVA sur un prix TTC • Calcul du prix à partir d'un TTC
<p>F. Connaître les définitions d'une marge</p> <p>G. Connaître le principe d'un coefficient multiplicateur et de son utilité pour calculer et afficher les prix</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Utilisation dans les domaines suivants : en économie et comptabilité... • Définition de la marge commerciale • Calcul d'une marge sur un prix d'achat • Calcul d'une marge sur un prix de vente • Déduction des taux correspondants • Calcul d'une marge sur les coûts variables • Définition du coefficient multiplicateur : Coefficient de gestion commerciale utilisé pour obtenir le prix de vente TTC • Calcul du coefficient multiplicateur • Détermination des prix de vente.

H. Apprendre à calculer les intérêts simples	<ul style="list-style-type: none"> • Généralités • Calculer la valeur nominale • Calculer la valeur acquise • Calculer la valeur actuelle • Déterminer le taux d'intérêt • Calculer la durée de placement à intérêt simple • Calculer le taux moyen de placement • Déduire le taux réel (ou effectif) de placement
I. Apprendre à calculer l'escompte commercial	<ul style="list-style-type: none"> • Définitions • Calculer un escompte commercial • Calculer la valeur acquise • Calculer la valeur actuelle • Déterminer le taux d'escompte • Calculer la durée d'escompte à intérêt simple • Déduire le taux réel (ou effectif) d'escompte • Choisir entre les différentes conditions d'escompte • le bordereau d'escompte • les effets équivalents • traiter le cas de retard de paiement et le renouvellement de l'échéance

MODULE 8 : COMPTABILITÉ GÉNÉRALE-CONCEPTS DE BASE

Durée : 90 h

OBJECTIF OPÉRATIONNEL DE PREMIER NIVEAU DE COMPORTEMENT

COMPORTEMENT ATTENDU

Pour démontrer sa compétence, le stagiaire doit **maîtriser les bases de la comptabilité générale** selon les conditions, les critères et les précisions qui suivent.

CONDITIONS D'ÉVALUATION

- Individuellement.
- A partir des consignes du formateur, étude de cas, ouvrages de comptabilité, exposés.
- A l'aide de : plan comptable, calculatrices, livre journal...

CRITÈRES GÉNÉRAUX DE PERFORMANCE

- Exactitude des calculs
- Propreté des documents
- Respect des principes comptables
- Vérification Appropriée Du Travail
- Lisibilité des écritures

PRECISIONS SUR LE COMPORTEMENT ATTENDU	CRITERES PARTICULIERS DE PERFORMANCE
A. Etablir le bilan	<ul style="list-style-type: none">• la notion du patrimoine et de la situation patrimoniale• présenter les éléments de l'actif (l'actif immobilisé, l'actif circulant et la trésorerie actif) et du passif (financement permanent, passif circulant et trésorerie passif)• notion d'équilibre• bilan = situation patrimoniale• traiter les opérations affectant le bilan et les opérations n'affectant pas le bilan
B. Maîtriser le fonctionnement des comptes	<ul style="list-style-type: none">• l'utilité du compte : présentation du compte• le principe de la partie double• les opérations du compte : ouvrir (débit ou crédit), solder un compte, clôturer le compte.• comptes schématiques• comptes à colonnes mariées• comptes à colonnes séparées

<p>C. cerner les notions de charges et de produits</p> <p>D. cerner la formation du résultat</p>	<ul style="list-style-type: none"> • notion de produits • notion de charges • structure des produits : (produits d'exploitation, produits financiers, produits non courants) • structure des charges : (charges d'exploitation, charges financières, charges non courantes) • résultat d'exploitation • résultat financier • résultat non courant • résultat avant impôt
<p>E. Cerner la structure du plan comptable</p> <p>F. maîtriser le cheminement comptable</p>	<ul style="list-style-type: none"> • utilité du plan comptable • Les classes • Les postes • Les rubriques • Les comptes • Les sous-comptes. • Le système de codification • le processus de la comptabilité : • collecte et vérification des pièces justificatives • comptabilisation au journal, ou aux journaux auxiliaires • report au grand livre • établissement périodique de la balance
<p>G. Traiter et enregistrer les factures de doit/ de vente simple</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Définition des réductions sur facture • Principe comptable • Réductions financières • Enregistrement des factures d'achat • Enregistrement des factures de vente
<p>H. Présenter le mécanisme de la taxe sur la valeur ajoutée</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Principe et rôle de la TVA • Les différents taux de T.V.A • Le mode de calcul de la T.V.A • Les comptes de la TVA • La comptabilisation de la T.V.A lors des opérations d'achat • La comptabilisation de TVA lors des opérations de vente
<p>I. Enregistrer les factures d'avoir</p> <p>j. Enregistrer les frais de transports</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Retour total sans réduction • Retour partiel sans réduction • Retour avec réductions commerciales • Retour avec réduction financière • Retour comprenant les 2 types de réductions • Transport effectué par des tiers • Transports effectué par le fournisseur • Transport effectué par le client

k. Comptabiliser les moyens de règlement :	<ul style="list-style-type: none">• Le règlement en espèce• Le règlement par chèque/CCP• Le virement• Les effets de commerce :<ul style="list-style-type: none">– La création– La circulation<ul style="list-style-type: none">▪ Endossement▪ Escompte▪ Encaissement• Le renouvellement des effets de commerce
---	---

MODULE 09	APPROVISIONNEMENTS	Durée : 60 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 l’approvisionnement, selon les conditions, les critères et les précisions qui suivent.</p> <p>CONDITIONS D’ÉVALUATION</p> <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. <p>CRITÈRES GÉNÉRAUX DE PERFORMANCE</p> <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 	
A. Effectuer les commandes	<ul style="list-style-type: none"> • Remplir le cadencier • Déterminer les quantités à commander 	
B. Recevoir la marchandise	<ul style="list-style-type: none"> • Préparer et lancer la commande 	

<p>C. Préparer la marchandise</p> <p>D. Stocker la marchandise</p> <p>E. Approvisionner les rayons, les étalages et les présentoirs.</p>	<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. <ul style="list-style-type: none"> • Respecter les règles d'étiquetage de l'entreprise • Respecter la réglementation sur l'affichage. <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 <p><i>(sera développé module merchandising)</i></p>
--	---

OBJECTIF OPÉRATIONNEL DE PREMIER NIVEAU DE COMPORTEMENT (suite)	
<p style="text-align: center;">PRÉCISIONS SUR LE COMPORTEMENT ATTENDU</p> <p>F. Effectuer des inventaires</p> <p>G. Gérer les stocks</p> <p>H. E-procurement</p>	<p style="text-align: center;">CRITÈRES PARTICULIERS DE PERFORMANCE</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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
<p>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 :</p> <p>Avant d'apprendre à sélectionner les fournisseurs :</p> <ol style="list-style-type: none"> 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 <p>Avant d'apprendre à effectuer des commandes :</p> <ol style="list-style-type: none"> 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 <p>Avant d'apprendre à recevoir la marchandise :</p> <ol style="list-style-type: none"> 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.

MODULE 10 : MERCHANDISING

Durée : 90 h

OBJECTIF OPÉRATIONNEL DE PREMIER NIVEAU DE COMPORTEMENT

COMPORTEMENT ATTENDU :

Pour démontrer sa compétence, le stagiaire doit :

Être en mesure de procéder à l'aménagement d'un lieu de vente, à la présentation visuelle des produits et des services et l'appréciation des performances d'un point de vente, selon les conditions, les critères et les précisions qui suivent.

CONDITIONS D'ÉVALUATION :

Travail individuel

A partir de Simulations, d'analyse de cas, de résolutions de problèmes d'un magasin et d'un type de clientèle

Papier, crayon et calculette.

CRITERES GENERAUX DE PERFORMANCE

Proposition d'actions sur l'aménagement d'une surface de vente, l'utilisation de facteurs d'ambiance internes et externes, de la mise en place des produits en

Respect des règles du merchandising, et de l'évaluation des performances.

PRECISIONS SUR LE COMPORTEMENT ATTENDU	CRITERES PARTICULIERS DE PERFORMANCE
A. Connaitre le principe du géomarketing	<ul style="list-style-type: none">• L'importance du géomarketing dans l'évolution du marketing de la grande distribution,
B. Connaitre les enjeux et les techniques d'implantation des points de vente	<ul style="list-style-type: none">• Etude de la zone de chalandise• Etablissement de la carte de la zone de chalandise• Evaluation du potentiel de la zone de chalandise• Choix de la localisation du point de vente• Calcul du chiffre d'affaires prévisionnel du point de vente
C. Connaitre et mettre en place le marchéage du point de vente	<ul style="list-style-type: none">• La politique du produit• L'offre de produit : l'assortiment• L'offre de service• La politique de prix• La politique de communication• Mesure de l'efficacité du point de vente (indicateurs de performance): Analyse quantitative, Analyse qualitative

D. Décider de l'agencement d'une surface de vente	<ul style="list-style-type: none"> • agencement des surfaces de vente • construction d'un assortiment • implantation des univers, rayons, et/ou catégories de produits
E. Donner des précisions sur l'emplacement des produits	<ul style="list-style-type: none"> • Les critères quantitatifs et qualitatifs de répartition du linéaire entre les produits • L'élaboration des planigrammes • Le contrôle de l'utilisation du linéaire
F. Evaluer les résultats des ventes	<ul style="list-style-type: none"> • Détermination et calculs des différents ratios : <ul style="list-style-type: none"> - Taux de rotation - Chiffre d'affaire au mètre - Marge au mètre - La part de la marque dans le chiffre d'affaires - La part de la marque dans la marge totale - Part de la marque dans le linéaire - Indice de sensibilité au chiffre d'affaires - Indice de sensibilité à la marge • Recommandation sur les ratios à utiliser compte tenu de la stratégie du chef d'entreprise • Interprétation appropriée des ratios • Proposer des actions pour améliorer l'activité du magasin
J. Appréhender les évolutions récentes du merchandising	<ul style="list-style-type: none"> • Les grands magasins et les centres commerciaux • Le merchandising sur Internet

Durée : 80 h

**OBJECTIF OPÉRATIONNEL DE PREMIER NIVEAU DE
COMPORTEMENT**

COMPORTEMENT ATTENDU

Pour démontrer sa compétence, le stagiaire doit **être capable de mener efficacement un entretien de vente, une négociation commerciale** selon les conditions, les critères et les précisions qui suivent :

CONDITIONS D'ÉVALUATION :

- Individuellement ;
- À partir d'études de cas, de jeux de rôles, de situation représentatives du milieu des affaires et de situations réelles ou simulées ;

CRITERES GENERAUX :

- Respect des principes des techniques de vente ;
- Respect des règles de l'éthique professionnelle ;
- Respect des principes de qualité du service ;

PRECISIONS SUR LE COMPORTEMENT ATTENDU	CRITÈRES PARTICULIERS DE PERFORMANCE
<p>A. Définir la prospection</p> <p>B. Organiser les tournées</p> <p>C. Préparer les visites</p> <p>D. Concevoir les documents de suivi des clients</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Définition • Les formes de prospection • Définir la cible • Organisation des tournées • La fréquence des visites • Les types de visites • Préparation administrative • Préparation technique • La fiche client • Le compte rendu des visites
<p>E. Se préparer matériellement et psychologiquement,</p> <p>F. Prendre un rendez-vous et surmonter les obstacles,</p>	<ul style="list-style-type: none"> • fichier clients • les besoins des prospects • identifier les prescripteurs et les décideurs • prise de rendez-vous • techniques de phoning

<p>G. soigner sa présentation personnelle</p> <p>H. Accueillir le client</p> <p>I. Pratiquer l'écoute active</p>	<ul style="list-style-type: none"> • L'environnement matériel favorable, esthétique et sécurisant • la présentation personnelle adaptée au poste occupé • Accueil, prise de contact, adoption d'une attitude d'ouverture, d'aide, de disponibilité, de service et de responsabilité • L'écoute : mettre en place des attitudes personnelles d'écoute (physiques, mentales) • Adoption d'attitudes positives vis-à-vis du client/usager • Repérer les freins éventuels à l'écoute, en rechercher les raisons
<p>J. Maitriser et pratiquer le questionnement :</p> <p>K. Déterminer les préoccupations principales de l'acheteur</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Questionnement : aider le client à exprimer et à préciser ses attentes, ses besoins • Personnalisation de la relation : identifier la personnalité du client, comprendre et investir dans les attentes, les besoins du client/usager • Détection des urgences, les enjeux, les priorités en se mettant à la place du client (empathie) et en tirer des conséquences pour son action • Particularités d'une situation de communication (difficultés d'expression de l'interlocuteur, blocages, conflits, stress, etc.) et gestion de la situation de façon adaptée
<p>L. préparer et choisir les arguments adéquats</p>	<ul style="list-style-type: none"> • un argumentaire structuré (caractéristiques, avantages et preuves) selon la méthode « SPA » • Obtention des petits « oui » de la part du prospect
<p>M. Distinguer les différentes sortes d'objections</p> <p>N. Maîtriser les techniques de réfutation</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Objections prétextes (non fondées) • Objections fondées • Les techniques de réfutation : <ul style="list-style-type: none"> - Oui.....mais - Prévention - Témoignage - Ecran - Reformulation interrogative - ...

<p>O. Identifier les signaux d'achat</p> <p>P. Utiliser les différentes techniques de conclusion</p> <p>Q. pratiquer la vente additionnelle et la vente supplémentaire</p>	<ul style="list-style-type: none"> • les signaux d'achat <ul style="list-style-type: none"> - signaux non verbaux - signaux verbaux • les différentes techniques de conclusion : <ul style="list-style-type: none"> - Prendre l'initiative de la conclusion : les techniques de conclusion de la vente - Récapituler et valider les points d'accord - Clarifier, verrouiller et finaliser l'accord pour obtenir la décision - Conclure "gagnant-gagnant" pour pérenniser la relation commerciale • Les ventes complémentaires : complètent le produit principal vendu • Les ventes supplémentaires : ventes différentes du produit principal (opportunité saisie par le vendeur)
--	--

M12	DOCUMENTS COMMERCIAUX ET GESTION DE LA CAISSE	Durée : 30 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. 		
Travail effectué à l'aide :		
<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
A. Calculer un prix de vente	<ul style="list-style-type: none">● Détermination juste du prix de vente en utilisant :<ul style="list-style-type: none">➤ Le coefficient multiplicateur ;➤ Les taux de marge et taux de marque ;➤ du cycle de vie du produit.● 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 :<ul style="list-style-type: none">➤ taxes ;➤ réductions commerciales ;➤ escomptes ;➤ devises étrangères.● Vérification appropriée du matériel, de l'équipement et du fonds de caisse.● Perception exacte du paiement :<ul style="list-style-type: none">➤ Remise exacte de la monnaie➤ Respect des procédures relatives à chaque mode de paiement● Rapidité d'exécution :<ul style="list-style-type: none">✓ 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
B. Préparer une facture et effectuer les calculs nécessaires.	
C. Effectuer des opérations de caisse	

	<p>de caisse.</p> <ul style="list-style-type: none">✓ 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.

MODULE 13 : TECHNIQUES DE RECHERCHE D'EMPLOI

Durée : 30 h

OBJECTIF OPÉRATIONNEL DE PREMIER NIVEAU DE COMPORTEMENT

COMPORTEMENT ATTENDU

Pour démontrer sa compétence le stagiaire doit :

- Être capable de rédiger une lettre de motivation et un CV
- Réussir un entretien d'embauche selon les règles d'art
Selon les conditions, les critères et les précisions qui suivent.

CONDITIONS D'ÉVALUATION

- Individuellement
- À partir de directives et d'offres d'emploi fictives
- À l'aide de modèles de lettre de présentation et de curriculum vitae.
- Jeux de rôles
- Simulations
- Recherches sur le terrain

CRITERES GENERAUX

- Cohérence du plan de recherche d'emploi
- Respect des règles de communication écrite et orale

PRECISIONS SUR LE COMPORTEMENT ATTENDU	CRITERES PARTICULIERS DE PERFORMANCE
1. Avoir les attitudes par rapport à la recherche d'emploi	<ul style="list-style-type: none">• Attitudes :<ul style="list-style-type: none">- Dynamisme- confiance• Intérêts, etc.
2. Comprendre dans quelle mesure les contraintes et les possibilités du marché du travail peuvent influencer sur son plan de recherche d'emploi.	<ul style="list-style-type: none">• Contraintes et possibilités du marché du travail• Influence de ces constats sur son plan de recherche d'emploi
3. Connaître les étapes d'un plan de recherche d'emploi.	<ul style="list-style-type: none">• Identification des sources d'information possibles sur les employeurs potentiels• Collecte des informations sur différentes entreprises• Sélection des entreprises correspondant à ses champs d'intérêts professionnel et personnel• Rédaction d'une fiche par entreprise sélectionnée :<ul style="list-style-type: none">- nom de l'entreprise- identification d'un répondant

	<ul style="list-style-type: none"> - coordonnées - dates et suivi des démarches • Production d'un calendrier des démarches à faire (téléphone, dépôt du CV, envoi d'un courriel, utilisation de ses relations personnelles, présentation en personne, etc.
4. Identifier les éléments d'un bilan personnel.	<ul style="list-style-type: none"> • Coordonnées : <ul style="list-style-type: none"> - âge - adresse - téléphone, portable, courriel - n° C.I.N. • Formation : <ul style="list-style-type: none"> - diplômes obtenus - nouveau diplôme à venir • Autres cours particuliers déjà suivis.
5. Décrire ses expériences de vie, de formation et de travail.	<ul style="list-style-type: none"> • Expérience : <ul style="list-style-type: none"> - stages déjà effectués en entreprise - travail à temps plein ou à temps partiel
6. Préciser les connaissances et les compétences acquises dans ses expériences de vie, de formation et de travail.	<ul style="list-style-type: none"> • Connaissances et compétences particulières (autres que celles du programme de formation terminé) en : <ul style="list-style-type: none"> - informatique, langues, etc.
7. Déceler les traits caractéristiques de sa personnalité.	<ul style="list-style-type: none"> • Aptitudes particulières • Qualités particulières • Goûts
8. Décrire les exigences des emplois visés.	<ul style="list-style-type: none"> • Exigences à partir d'exemples d'offres d'emploi : <ul style="list-style-type: none"> - diplôme - expériences - compétences - qualités personnelles, etc.
9. Comparer les exigences des emplois visés aux forces et faiblesses de son bilan personnel.	<ul style="list-style-type: none"> • Rédaction d'un tableau comparatif
10. Décrire les types de lettre de motivation.	<ul style="list-style-type: none"> • Types : <ul style="list-style-type: none"> - en réponse à une annonce - pour offrir ses services - pour remercier - pour faire un rappel (relance)
11. Décrire les règles et les normes de présentation d'une lettre de motivation.	<ul style="list-style-type: none"> • Règles et normes de présentation : <ul style="list-style-type: none"> - en-tête - présentation - proposition - conclusion
12. Prendre conscience de l'importance de son	<ul style="list-style-type: none"> • Éléments positifs à mettre en évidence

attitude envers un employeur au moment d'une entrevue.	<ul style="list-style-type: none"> • Attitudes et comportements à éviter
13. Déterminer une façon de se préparer à une entrevue.	<ul style="list-style-type: none"> • Étude de la description d'emploi • Établissement de liens avec son expérience, sa formation, ses goûts et ses aptitudes, etc.
14. Expliquer l'importance de relancer les employeurs.	<ul style="list-style-type: none"> • Démonstration de son intérêt pour le poste et pour l'entreprise • Démonstration d'une personnalité organisée, etc.
15. Décrire les différents types de relance.	<ul style="list-style-type: none"> • Relance pour non réponse • Relance suite à un accusé de réception • Relance suite à une visite pour dépôt du CV • Relance suite à une entrevue, etc.

Module 14 : Introduction au Droit Commercial

Durée : 30 h

PRÉCISIONS	ÉLÉMENTS DE CONTENU
1. Notions de droit	<ul style="list-style-type: none"> * Définition de droit * Branches de droit
2. Les sources de droit	<ul style="list-style-type: none"> * Sources directes * Sources indirectes
3. L'organisation judiciaire au Maroc	<ul style="list-style-type: none"> * Les juridictions * Le corps judiciaire
4. Les personnes et les biens	<ul style="list-style-type: none"> * La personnalité juridique * Les biens et les droits
5. Les obligations et les contrats	<ul style="list-style-type: none"> * Le régime juridique des obligations * Le régime juridique des contrats
6. Le commerçant	<ul style="list-style-type: none"> * La capacité commerciale * Les obligations du commerçant
7. Le fonds de commerce	<ul style="list-style-type: none"> * Les éléments constitutifs du fonds de commerce et sa protection juridique * Les opérations sur le fonds de commerce
8. Les relations de l'entreprise avec son environnement	<ul style="list-style-type: none"> * Contrats de vente * Contrats de transport * La propriété industrielle et Commerciale * La loi sur la concurrence * La protection du consommateur

MODULE 15 : LOGICIEL DE GESTION COMMERCIALE SAARI

Durée : 60 h

OBJECTIF OPERATIONNEL DE PREMIER NIVEAU DE COMPORTEMENT

COMPORTEMENT ATTENDU

Pour démontrer sa compétence, le stagiaire doit :

Assurer le paramétrage des principales informations, renseigner les différents documents commerciaux et les éditer selon les conditions, les critères et les précisions qui suivent.

CONDITIONS D'EVALUATION

Individuellement

A partir d'étude de cas, simulations

A partir de situations commerciales

CRITERES GENERAUX

- Respect des dispositions du code de commerce
- Respect des dispositions de la loi comptable
- Respect des principes de la fiscalité marocaine

PRECISIONS SUR LE COMPORTEMENT ATTENDU	CRITERES PARTICULIERES DE PERFORMANCE
A. Paramétrer le logiciel de gestion commerciale SAARI	<ul style="list-style-type: none"> • Paramétrer la liste des articles de l'entreprise • Paramétrage des fichiers clients • Paramétrage des tarifs • Paramétrages de la TVA
B. Saisir les données relatives à la vente et à l'achat	<ul style="list-style-type: none"> • Saisie des informations relative à : <ul style="list-style-type: none"> - Devis - Bon de commande - Bon de livraison - Facture - Règlement - Les relances clients...
C. Editer les différents documents	<ul style="list-style-type: none"> • Procéder à l'édition des : <ul style="list-style-type: none"> - Devis - Bon de commande - Bon de livraison - Facture - Règlement - Les relances clients...

C. Décrire les institutions à caractère national	<ul style="list-style-type: none"> - CMPE - CNCE - Ministère du commerce extérieur - Banque al Maghrib - L'office de change - La douane - La SMAEXE - L'ASMEX
D. décrire les institutions à caractère international	<ul style="list-style-type: none"> • Les institutions internationales <ul style="list-style-type: none"> - Les accords du GATT : avantages et limites - L'OMC : - La CCI - L'ONU - L'OMC - Le FMI - Le groupe banque mondiale - La BIRD
E. décrire les institutions régionales ou spécialisées	<ul style="list-style-type: none"> • Les regroupements régionaux : <ul style="list-style-type: none"> - L'UMA - L'UE - L'ALENA - MERCOSUR - ASEAN

MODULE 17 : MARKETING INTERNATIONAL

Durée : 60 h

OBJECTIF OPERATIONNEL DE PREMIER NIVEAU DE COMPORTEMENT

COMPORTEMENT ATTENDU

Pour démontrer sa compétence, le stagiaire doit être capable d'élaborer une stratégie et un plan marketing à l'international selon les conditions, les critères et les précisions qui suivent :

CONDITIONS D'EVALUATION

- Individuellement ou en groupe ;
- A partir des études documentaires des marchés étrangers
- A partir de cas d'entreprises marocaines ou internationales
- A partir des études de cas

CRITERES GENERAUX

- Cohérence de l'analyse et de la synthèse
- Exactitude des informations collectées et des calculs.
- Vérification appropriée du travail

PRECISIONS SUR LE COMPORTEMENT ATTENDU	CRITERES PARTICULIERS DE PERFORMANCE
A. Mener un diagnostic export	<ul style="list-style-type: none"> • Démarche mercatique de l'entreprise • Diagnostic interne • Diagnostic externe • Choix stratégiques • Le choix de l'internationalisation
B. Analyser les marchés étrangers	<ul style="list-style-type: none"> • Les différentes façons d'aborder un marché étranger • Le marché • L'importance de l'environnement économique • L'environnement politique
C. Mener une étude de marché à l'international	<ul style="list-style-type: none"> • Caractéristiques de l'étude de marché • Méthodologie de l'étude de marché • Les informations à recueillir • La segmentation • Le consommateur • La concurrence • Les contraintes extérieures • Plan général de l'étude de marché
D. Maitriser la commercialisation à l'étranger	<ul style="list-style-type: none"> • Les circuits de distribution • Les critères à prendre en considération • Les différentes formules d'accès aux marchés étrangers
E. Prospecter les marchés étrangers	<ul style="list-style-type: none"> • Choisir ses actions de prospection <ul style="list-style-type: none"> - Tenir compte des objectifs commerciaux de l'entreprise - Intégrer les contraintes financières - Intégrer la dimension interculturelle de la négociation internationale • La préparation de la prospection • Mise en œuvre et suivi de la prospection
G. Elaborer un plan de marchéage à l'international	<ul style="list-style-type: none"> • Politique de produit à l'international • Politique de prix à l'international • Politique de la distribution à l'international • Politique de communication à l'international
H. Négocier à l'international	<ul style="list-style-type: none"> • Concept de négociation • Préparation de la négociation • Prise de contact • Assurer le suivi de la relation

Module 18 : MANAGEMENT DE LA FORCE DE VENTE

Durée : 60 h

OBJECTIF OPERATIONNEL DE PREMIER NIVEAU DE COMPORTEMENT

COMPORTEMENT ATTENDU

Pour démontrer sa compétence, le stagiaire doit être capable de **Gérer la force de vente** selon les conditions, les critères et les précisions qui suivent.

CONDITIONS D’EVALUATION :

- Individuellement et en groupe
- A partir d’étude de cas et de simulation

CRITERES GENERAUX :

- Respect des démarches et méthodes pratiquées
- Vérification appropriée du travail

PRECISIONS SUR LE COMPORTEMENT ATTENDU	CRITERES PARTICULIERS DE PERFORMANCE
<p>A. Définir le rôle de la force de vente</p> <p>B. distinguer les typologies de métiers occupés par la force de vente :</p> <p>C. assimiler la manière dont la force de vente est organisée : par secteur géographique, par produit, par type de clientèle, etc.</p> <p>D. Assimiler la circulation de l'information commerciale (compte-rendu d'activité, rapport, réunions, etc.).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Vente et stimulation de la demande • Augmentation du portefeuille clients • Equipe de vente • Inspecteur commercial • Directeur commercial • Directeur commercial par zone • Ventilation : • agent commercial, responsable commercial, chef d'équipe, chef de zone, superviseur, directeur commercial, directeur commercial régional..... • Découpage sectoriel (tous clients et produits) • Découpage par produit (spécialisation d'une ligne de produits) • Découpage par client (prise en compte des besoins du vendeur et des caractéristiques différentes des clients) • Autres découpages (par secteur/client ; secteur/produit ; secteur/client/produit ; client/produit) <p>Techniques de rédaction des rapports et des comptes rendus</p>
<p>E. Définir les besoins et déterminer la taille de la force de vente ;</p> <p>F. Sélectionner et recruter des commerciaux ;</p> <p>G. Rémunérer et motiver la force de vente ;</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluation de la taille de la force de vente <ul style="list-style-type: none"> - les étapes de calcul : <ol style="list-style-type: none"> 1- détermination du nombre de visites nécessaires pour tous les clients et les prospects. 2- Détermination du temps disponibles à consacrer à la vente pour un vendeur • Nombre de vendeurs nécessaire= temps nécessaire pour toutes les visites de tous les clients et prospects / temps disponible par vendeur • Les sources de candidats <ul style="list-style-type: none"> - la source interne - les sources externes • les principales méthodes de recrutement : • les critères de choix de la (ou des) méthode(s) • la procédure de recrutement • la formation des vendeurs • Les objectifs du système de rémunération • Les systèmes de rémunération • les composantes de base de la rémunération <ul style="list-style-type: none"> - le fixe - les commissions - les primes • les critères de choix du système de rémunération

<p>H. Former et animer l'équipe commerciale ;</p> <p>I. D'écrire l'organigramme de la force de vente</p> <p>J. Analyser les techniques de formation d'encadrement d'animation de la force de vente et de rémunération et de motivation</p> <p>K. Rédiger le rapport</p> <p>L. Contrôle et évaluation de la force de vente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • les actions de fond <ul style="list-style-type: none"> - la formation - l'information et la communication - les perspectives d'évolution au sein de l'entreprise - les stages de motivation - les journées événementielles - l'encadrement et le style de management • les actions ponctuelles <ul style="list-style-type: none"> - la fixation des objectifs - les challenges et concours • les types de structure commerciale <ul style="list-style-type: none"> - structure par zone - structure par produit - structure par type de clients - structure selon l'importance des clients - la structure mixte • avantages et inconvénients des techniques de formation et d'animation • avantages et inconvénients des différents types de rémunération • modèle de rapport • Les outils de l'évaluation : <ul style="list-style-type: none"> - les ratios - le tableau de bord - l'analyse des ventes - le calcul de rémunération - le coût d'une visite
--	---

MODULE 19 MANAGEMENT DE LA RELATION CLIENT

Durée : 50 h

OBJECTIF OPERATIONNEL DE PREMIER NIVEAU DE COMPORTEMENT

COMPORTEMENT ATTENDU

Pour démontrer sa compétence, le stagiaire doit maîtriser les aspects qui permettent d'entretenir une relation durable et satisfaisante avec la clientèle potentielle et réelle de l'entreprise selon les conditions, les critères et les précisions qui suivent.

CONDITIONS D'EVALUATION

- Individuellement et en groupe
- A partir d'étude de cas et de simulation

CRITERES GENERAUX

- Comportement compatible à l'esprit de service aux clients;
- Faire preuve d'écoute et d'empathie;
- Respecter les règles de communication interpersonnelle;
- Communication écrite et verbale.
- Vérification appropriée du travail

PRECISIONS SUR LE COMPORTEMENT ATTENDU	CRITERES PARTICULIERS DE PERFORMANCE
A- Décrire les mesures de fidélisation de la clientèle	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Information régulière des clients sur les nouveautés ▪ Information régulière des clients sur les promotions périodiques ▪ Information régulière des clients sur les changements au niveau de l'entreprise (procédures, départ d'un agent commercial....) ▪ Mesures initiatives : ristournes, remises, cadeaux, concours, réceptions..... ▪ Visites de contrôle de la satisfaction des clients par rapport aux prestations des agents commerciaux (assurées par le personnel d'encadrement des commerciaux)
B- Décrire le processus de gestion des réclamations de la clientèle	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Création d'un fichier à part de clients mécontents ▪ Détection des raisons de mécontentement de ces clients ▪ Traitement des réclamations détectées ▪ Calcul des ratios : taux de réclamations, taux de perte.....
C- Gérer la relation clientèle à distance	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Utilisation du téléphone ; ▪ Utilisation du courrier ; ▪ Utilisation de l'Internet.

MODULE 20 : ANGLAIS COMMERCIAL

Durée : 50 h

OBJECTIF OPERATIONNEL DE PREMIER NIVEAU DE COMPORTEMENT

COMPORTEMENT ATTENDU :

Pour démontrer sa compétence, le stagiaire doit **appliquer les notions d'Anglais commercial** selon les conditions, les critères et les précisions qui suivent.

CONDITIONS D'EVALUATION :

- Travail individuel
- Echange commercial oral ou écrit.
- A partir d'étude de cas et de simulation

CRITERES GENERAUX DE PERFORMANCE

- Respect des règles de grammaire et d'orthographe ;
- Respect du fond et de la forme.

PRECISION SUR LE COMPORTEMENT ATTENDU	CRITERES PARTICULIERS DE PERFORMANCE
<p>A. Accueille un visiteur en langue anglaise par téléphone ou en magasin.</p> <p>B. Questionne en langue anglaise</p> <p>C. Fait des interventions d'appui</p> <p>D. Argumente</p> <p>E. Conclue la vente ou la négociation</p> <p>F. Peut effectuer une correspondance en Anglais</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Le message est bien compréhensible, ▪ Le stagiaire s'exprime avec enthousiasme. ▪ Le stagiaire a le sourire ▪ Pose des questions ouvertes, fermées, d'approfondissement. ▪ Reformule correctement ▪ Réagit conformément à l'interlocuteur ▪ Argumente en utilisant les SPA (ou les caractéristiques et avantages). ▪ Utilise le langage et les expressions de l'interlocuteur. ▪ Propose une conclusion (directe, alternative, hypothèse, etc..) ▪ la propose au moment opportun. ▪ Comprend correctement le message .en s'aidant d'un modèle ▪ Rédige correctement une proposition commerciale ▪ Rédige correctement une offre commerciale ▪ Rédige correctement une lettre de réclamation ou pour répondre à une réclamation.

Module 21 : COMMERCE ÉLECTRONIQUE

Durée : 40 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 et en participant aux activités proposées selon le plan de mise en situation, les conditions et les critères qui suivent.

PRÉCISIONS

- Identifier les principaux enjeux du commerce électronique ;
- Comprendre l'utilité et les éléments constitutifs du commerce électronique ;
- Connaître le e-marketing, le e-merchandising et les différents services liés à une présence sur Internet et/ou les réseaux informatiques ;

SUGGESTIONS D'ORDRE PÉDAGOGIQUES

- 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

- 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

- 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

- 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

- 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 ;

CRITERES DE PARTICIPATION

PHASE 1 :

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

PHASE 2 :

- Ecoute 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 :

- Ecoute 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 :

- Ecoute 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.

OBJECTIF OPERATIONNEL DE PREMIER NIVEAU DE COMPORTEMENT	
<p>COMPORTEMENT ATTENDU</p> <p>Acquérir la compétence pour exploiter l'environnement juridique export, préparer un contrat de vente internationale et rédiger les conditions générales de vente.</p> <p>CONDITIONS D'ÉVALUATION</p> <ul style="list-style-type: none"> • Individuellement ; • A partir d'étude de cas • Sur des données réelles du commerce international <p>CRITÈRES GENERAUX DE PERFORMANCE :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Utilisation appropriée des règles et usages en matière de commerce international. • Adéquation de la terminologie utilisée • Respect des étapes d'élaboration du contrat de vente. 	
PRÉCISIONS SUR LE COMPORTEMENT ATTENDU	CRITÈRES PARTICULIERS DE PERFORMANCE
A. Mettre en évidence la complexité du droit international	<ul style="list-style-type: none"> • Sources du droit international • Diversité des systèmes juridiques. • Diversité des juridictions étatiques • Diversité des opérateurs • Diversité des opérations
B. Connaître les apports de la convention de vienne	<ul style="list-style-type: none"> • Développement du commerce international sur la base de l'égalité et des avantages. • Adoption des règles uniformes à vocation internationale. • Champ d'application géographique • Champ d'application juridique • Comparaison avec les conventions de Hambourg et de Lahay • Libre choix des contractants
C. Etudier l'offre commerciale	<ul style="list-style-type: none"> • L'offre • L'acceptation

D. Rédiger les conditions générales de vente	<ul style="list-style-type: none"> • Les CGVE concernent : <ul style="list-style-type: none"> - les prix, les conditions de paiement et de livraison, - l'étendue de la responsabilité du fournisseur et le traitement des réclamations, - les pénalités prévues en cas de manquements aux obligations (retard paiement, de livraison.....) - les modalités de règlement des litiges (droit applicable, tribunal compétent, langue....)
E. Rédiger les principales clauses du contrat de vente internationale	<ul style="list-style-type: none"> • Les étapes précontractuelles • Nécessité de l'écrit • L'étude des principales clauses
F. Préciser les responsabilités des contractants G. Choisir l'incoterm CCI version 2010	<ul style="list-style-type: none"> • Obligations du vendeur • Obligations de l'acheteur • Etude des 11 Incoterms
H. Régler les litiges entre les parties	<ul style="list-style-type: none"> • Solution à l'amiable • La médiation • L'arbitrage • Recours aux tribunaux

**MODULE 23 : TECHNIQUES LOGISTIQUES DU COMMERCE
INTERNATIOANAL**

DURÉE : 90H

**OBJECTIF OPERATIONNEL DE PREMIER NIVEAU
DE COMPORTEMENT**

COMPORTEMENT ATTENDU

Pour démontrer sa compétence, le stagiaire doit maîtriser les procédures de transport et de **dédouanement des marchandises à l'import et à l'export** selon les conditions, les critères et les précisions qui suivent.

CONDIONS D'ÉVALUATION

- Individuellement
- A partir d'étude de cas et de simulation
- A partir de données de la réalité marocaine

CRITÈRES GENERAUX DE PERFORMANCE :

- Utilisation de la réglementation en vigueur ;
- Choix du mode de transport approprié
- Respect des consignes et du temps alloué au dédouanement ;
- Respect des règles d'utilisation de l'équipement et du matériel informatique (DUM).

PRÉCISIONS SUR LE COMPORTEMENT ATTENDU	CRITÈRES PARTICULIERS DE PERFORMANCE
A. Maitriser les préalables d'une opération import/export	<ul style="list-style-type: none"> • Rechercher des clients à l'étranger • Préparer la commande • Expédier la marchandise • Réceptionner la marchandise et procéder aux règlements
B. Connaître les techniques de l'emballage, la palettisation et la conteneurisation	<ul style="list-style-type: none"> • Définir les emballages • Préciser la relation entre l'emballage et l'assurance • Connaître les aspects juridiques de l'emballage • Connaître les aspects techniques de l'emballage • Connaître le classement des emballages
C. Maitriser les transports internationaux	<ul style="list-style-type: none"> • Le transport international Maritime <ul style="list-style-type: none"> - Législation du transport maritime - L'offre du transport maritime - Les techniques du transport maritime - Le contrat du transport maritime - Le contrat d'affrètement - La tarification du transport maritime • Le transport international aérien <ul style="list-style-type: none"> - Organisation internationale du transport aérien - Techniques du transport aérien - Le contrat du transport aérien - La tarification du transport aérien • Le transport international routier <ul style="list-style-type: none"> - Le cadre juridique du transport international routier - Les techniques du transport international routier - Les documents du transport international routier - Le contrat du transport international routier - La tarification du transport international routier • Le transport international ferroviaire <ul style="list-style-type: none"> - Le cadre juridique du transport international ferroviaire - Les techniques du transport international ferroviaire - Les modalités du transport international ferroviaire - Les documents du transport international ferroviaire

D. Maitriser la responsabilité des transporteurs internationaux	<ul style="list-style-type: none"> • Le contrat de transport international • La responsabilité du transporteur international • La mise en cause de la responsabilité du transporteur
E. Etudier les assurances-transport	<ul style="list-style-type: none"> • Connaître le cout de l'assurance • Assurer les risques du transport maritime • Comment assurer les risques du transport terrestre • Assurer les risques du transport aérien • Les caractéristiques de la garantie • Auprès de qui s'assurer • Obtenir un remboursement rapide en cas d'avarie
F. Les incoterms CCI 2010	<ul style="list-style-type: none"> • Calculer les incoterms selon les différents modes de transport
G. Préciser le rôle et les missions de l'administration des douanes et des impôts indirectes (ADII)	<ul style="list-style-type: none"> • le rôle économique • Le rôle fiscal • le rôle protectionniste • structure et organisation de la douane
H. Les lieux d'accomplissement des formalités douanières	<ul style="list-style-type: none"> • Lieux d'acheminement des marchandises • Les bureaux de douane • Les magasins et aires de dédouanement • Le dédouanement à domicile
I. Connaître les régimes douaniers	<ul style="list-style-type: none"> • les régimes fondamentaux • les régimes économiques • les régimes particuliers
J. Les différentes déclarations douanières	<ul style="list-style-type: none"> • La déclaration unique de marchandise • Les autres déclarations • La déclaration informatisée (système BADR)
K. Les circuits de dédouanement des marchandises	<ul style="list-style-type: none"> • A l'import • A l'export • Rôle du transitaire
K. Les droits et taxes douanières	<ul style="list-style-type: none"> • Le droit d'importation • La TVA • Les autres taxes
L. Les facilités de paiement douanières	<ul style="list-style-type: none"> • Le crédit d'enlèvement • Les cautions en douane
M. Les infractions douanières	<ul style="list-style-type: none"> • Les différentes sanctions douanières

**OBJECTIF OPERATIONNEL DE PREMIER NIVEAU
DE COMPORTEMENT**

COMPORTEMENT ATTENDU

Pour démontrer sa compétence, le stagiaire doit **connaître les instruments et les techniques de paiement et de financement à l'international** selon les conditions, les critères et les précisions qui suivent.

CONDIONS D'ÉVALUATION

- Individuellement
- A partir de consignes du formateur,
- A partir d'études de cas et de mises en situation.

CRITÈRES GENERAUX DE PERFORMANCE :

- Utilisation de la réglementation en vigueur ;
- Choix du mode de paiement approprié
- Optimisation des ressources financière ;

PRÉCISIONS SUR LE COMPORTEMENT ATTENDU	CRITÈRES PARTICULIERS DE PERFORMANCE
<p>A- Faire l'inventaire des instruments internationaux</p> <p>B- Faire l'inventaire des techniques paiement internationales</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Connaissance : <ul style="list-style-type: none"> - du chèque - de la lettre de change - du virement bancaire - du billet à ordre - du mandat poste international - système SWIFT • Identification : <ul style="list-style-type: none"> - de l'encaissement simple - du contre remboursement - de la remise documentaaire - du crédit documentaire
<p>C- Mettre en œuvre les techniques de paiement à l'import</p> <p>D- Utiliser les techniques de paiement à l'export</p> <p>E- Définir une politique de gestion du risque de crédit</p> <p>F- Gérer le risque crédit</p> <p>G- Traiter les incidents de paiement</p>	<ul style="list-style-type: none"> • maitrise du déroulement du credoc • maitrise des differents types de credoc • utilisation des techniques de paiement à l'international • utilisation des instruments de règlement • utilisation des paiements documentaires • gestion de la remise documentaire à l'import • règlement au comptant • identification des déterminants du risque de crédit • gestion du risque et répartition du chiffre d'affaires • évaluation du risque et caractéristiques de l'acheteur • évaluation du risque et échéaaaaance du paiement • prévention du risque • detection des clients • mise à jour du fichier clients • le transfert du risque de crédit • prise des mesures de rappel et de conciliation • connaissance des procédures contentieuses

Module 25 : Dossier de création d'entreprise

Durée : 60 h

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

Durée : 20 h

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 1h. 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). , PC
- Tableau magnétique.

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.

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

Durée : 20 h

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 : <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. Les titres des Chapitres sont présentés sous forme de questions, auxquelles les étudiants devraient pouvoir apporter une réponse à la fin de chaque chapitre. <u>Évaluation sommative :</u> Cette évaluation comprendra : Une épreuve pratique d'une durée de 1h. 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

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.
de l'Entreprenariat.	
MATÉRIEL ET ÉQUIPEMENT : Vidéo projecteur (pour les exposés). - Tableau magnétique.	

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

Durée : 20 h

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 maitrise des couts. • Techniques de base de la gestion financière.

MODULE 26 : STAGE EN ENTREPRISE

Durée : 240 h

OBJECTIF OPERATIONNEL DE PREMIER NIVEAU DE SITUATION

INTENTION POURSUIVIE

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.

PRECISIONS

- Etre conscient de la place qu'on occupe dans une entreprise.
- Exercer des tâches dans une entreprise.
- Etre conscient des changements de perception qu'entraîne un séjour en milieu de travail.

PLAN DE MISE EN SITUATION

PHASE 1 : Préparation au séjour en milieu de travail

- 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.

PHASE 2 : Observations et réalisation d'activités en milieu professionnel

- 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 OPERATIONNEL 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.
- Evaluer 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.

CRITERES 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.