6-5031

ENSEIGNEMENT DE PROMOTION SOCIALE - REGIME 1

DOCUMENT 8 bis **DOSSIER PEDAGOGIQUE** **UNITE DE FORMATION**

1. La présente demande émane du réseau:

X (1)**Communauté française** O (1) Libre confessionnel
O (1)Provincial et communal O (1) Libre non confessionnel

Identité du responsable pour le réseau: Didier LETURCQ, DGA

Date et signature: 27/02/2013

2. Intitulé de l'unité de formation: Vendeur- Vendeuse -Niveau 1

CODE DE l'U.F. (3): 71 42 26 U22 52	CODE DU DOMAINE DE FORMATION (4) 704

3. Finalités de l'unité de formation: Reprises en annexe n° 1 de 1 page

4. Capacités de l'unité de formation: Reprises en annexe n° 2 de 2 pages

5. Classement de l'unité de formation:

X (1) Enseignement secondaire de: O (1) transition ☒ (1) **qualification**
du degré: O (1) inférieur ☒ (1) **supérieur**
O (1) Enseignement supérieur de type court O (1) Enseignement supérieur de type long

Pour le classement de la section de l'enseignement supérieur			
Proposition de classement (1)		Classement du Conseil supérieur (1)	
Technique	O	Technique	O
Economique	O	Economique	O
Paramédical	O	Paramédical	O
Social	O	Social	O
Pédagogique	O	Pédagogique	O
Agricole	O	Agricole	O

Date de l'accord du Conseil Supérieur:

Signature du Président du Conseil supérieur:

6. Caractère occupationnel: O (1) ~~oui~~ ● (1) **non**

7. Constitution des groupes ou regroupement: Repris en annexe n° 3 de 1 page

8. Programme du(des) cours: Repris en annexe n° 4 de 4 pages

9. Capacités terminales: Reprises en annexe n° 5 de 2 pages

10. Chargé(s) de cours: Repris en annexe n° 6 de 1page

---

(1) Cocher la mention utile
(2) A compléter
(3) Réservé à l'Administration
(4) Proposé par le réseau et avalisé par l'inspection

CODE DE l'U.F. (3):	71 42 26 022 E2	CODE DU DOMAINE DE FORMATION (4) :	704

11. Horaire minimum de l'unité de formation:
Horaire minimum:

1. Dénomination du(des) cours (2)	Classement du(des) cours (2) (4)	Code U (2) (5)	Nombre de périodes (2)
Techniques de vente	CT	B	80
Cours commerciaux	CT	B	40
Laboratoire de pratiques de vente	CT	S	20
Laboratoire de pratiques d'étalage	CT	S	180
2. Part d'autonomie	XXXXXXXXX	P	0
		Total des Périodes	320

12. Réservé au Service d'inspection:

a) Observation(s) de l'(des) Inspecteur(s) concerné(s) relative(s) au dossier pédagogique[annexe(s) éventuelle(s)]:

b) Décision de l'Inspecteur coordonnateur relative au dossier pédagogique:
ACCORD PROVISOIRE - PAS D'ACCORD
En cas de décision négative, motivation de cette dernière:

Date:....7.03.13..... Signature:

---

(2) A compléter
(3) Réservé à l'Administration
(4) Soit CG, CS, CT, CTPP, PP ou CPPM
(5) Soit A, B, C, D, E, F, G, H, I, J, K, L, M, N, O, P, Q, R, S, T, V, W - (l'approbation de cette rubrique est réservée à l'Administration)

1. FINALITES DE L'UNITE DE FORMATION

1.1. FINALITES GENERALES

Conformément à l'article 7 § 1er et 2ème du décret, l'unité de formation devra:

- concourir à l'épanouissement individuel en promouvant une meilleure insertion professionnelle, sociale, culturelle et scolaire;
- répondre aux besoins et demandes en formation émanant des entreprises, des administrations, de l'enseignement et d'une manière générale des milieux socio-économiques et culturels.

1.2 FINALITES PARTICULIERES

Cette unité de formation est organisée dans le contexte particulier du Décret du 3 juillet 1991 relatif à l'enseignement en alternance et en application de l'article 49 du Décret définissant les missions prioritaires de l'enseignement fondamental et de l'enseignement secondaire et organisant les structures propres à les atteindre.
Elle s'adresse ainsi à des étudiants relevant de la scolarité obligatoire et donc de l'enseignement de plein exercice.
Elle vise à leur permettre d'atteindre les compétences correspondant au niveau d'une première année du troisième degré de l'enseignement professionnel, et ce dans le secteur de la vente.

2. CAPACITES PREALABLES REQUISES

2.1. CAPACITES

L'étudiant sera capable de:

sur base d'un dossier constitué par le chargé de cours, dossier reprenant des documents réels relatifs à une entreprise régionale du secteur de la vente - extraits publicitaires, extraits de presse locale et/ou spécialisée, résultats de recherches Internet, documents récoltés lors d'une visite didactique..., de documentations mises à sa disposition, en disposant du matériel adéquat, dans le respect des consignes données,

- caractériser les modes de vente au détail pratiqués par cette entreprise,
- réaliser la fiche technique de trois produits non alimentaires vendus par cette entreprise,
- établir la fiche argumentaire de ces trois produits, en y relevant des critères objectifs, subjectifs, perceptifs et arguments de vente pour les dits produits,
- relever et caractériser les moyens publicitaires utilisés par cette entreprise,
- proposer deux actions promotionnelles à mettre en œuvre pour fidéliser les clients de cette entreprise,
- élaborer, pour deux des trois produits, une publicité personnelle, en justifiant les choix opérés ;

au départ d'une situation-problème portant sur une vente de produits de grande consommation, en disposant de documents adaptés à son niveau d'études, dans le respect des consignes données,

- établir la facture relative à la vente,
- rédiger le document rectificatif à la facture, et en justifier la rédaction,
- compléter les documents relatifs au paiement de la facture,
- comparer les avantages et inconvénients de deux moyens de paiement proposés par l'entreprise ;

en disposant de la documentation et du matériel adéquats, dans le respect des règles de sécurité, d'hygiène et des consignes données,

- réaliser deux vitrines répondant aux thèmes précisés en :
  - ✓ explicitant les éléments organisationnels choisis,
  - ✓ réalisant deux modèles de lettrages présentant des techniques différentes,
  - ✓ élaborant une affiche publicitaire d'un produit se retrouvant dans les vitrines.

2.2. TITRES POUVANT EN TENIR LIEU:

- Avoir terminé avec fruit la 4ème année de l'enseignement secondaire de plein exercice ou de l'enseignement secondaire professionnel en alternance visé à l'article 2bis, §1er, 1° du décret du 3 juillet 1991 (formation « article 49 »)
  OU
- Avoir terminé avec fruit le 2ème degré de l'enseignement professionnel
  OU
- Être titulaire d'une attestation de réinsertion dans l'enseignement secondaire ordinaire de plein exercice délivrée par un CEFA après une fréquentation d'une année scolaire au moins dans l'enseignement secondaire en alternance visé aux articles 2bis, § 1er, 2°du décret du 3 juillet 1991 (formation « article 45 »)
  OU
- Être titulaire du certificat d'enseignement secondaire du 2ème degré, enseignement général, technique, artistique ou professionnel délivré par le jury de la Fédération Wallonie-Bruxelles
  OU
- Être titulaire du certificat d'enseignement secondaire inférieur, enseignement professionnel, délivré par le jury d'Etat ou par les jurys de la Fédération Wallonie-Bruxelles, de la Communauté flamande ou de la Communauté germanophone.

3. CONSTITUTION DES GROUPES OU REGROUPEMENT

Il est recommandé de ne pas dépasser 15 étudiants par groupe.

4. PROGRAMME DES COURS

L'étudiant sera capable de:

En Techniques de vente

dans des situations professionnelles réelles ou simulées, à partir d'une grille d'observation,

- de connaître les principales formules de politesse, les usages téléphoniques habituels dans les relations commerciales ;
- de déterminer des attitudes, des comportements et des niveaux de langage adéquats pour répondre à des demandes de renseignements ;
- de décoder les principaux besoins des clients, leurs souhaits et desiderata ;
- de connaître et mettre en œuvre des techniques de base de communication incitative, de questionnement et de reformulation de réponses, afin de déterminer le(s) besoin(s) d'un client ;
- de citer et d'appliquer des techniques de vente complémentaires, en faisant preuve d'aisance et d'à propos ;
- de relever des comportements adéquats en cas de non conclusion d'une vente ;

à partir d'études de cas, de mises en situation, d'une visite d'une surface de distribution, et à l'aide d'une documentation professionnelle,

- de caractériser le style d'un magasin : environnement, aire de chalandise, répartition des rayons et des linéaires, signalisation, mobilier et matériel de présentation, promotions, supports publicitaires, notoriété de l'enseigne, éclairage, sonorisation, style (logo, couleurs,...) ;
- de reconnaître l'organigramme d'un magasin, d'une surface de distribution ;
- de distinguer, dans cet organigramme, les fonctions et les responsabilités des membres du personnel d'un magasin et d'établir les liaisons entre les fonctions relevées ;
- d'identifier le plan d'implantation d'une surface de distribution, l'agencement d'un magasin et l'assortiment des rayons, et ce notamment
  - ✓ de divers départements,
  - ✓ de la géographie des rayons, linéaires, comptoirs, têtes de gondoles, ...,
  - ✓ des aires de présentation,
  - ✓ des promotions en cours,
  - ✓ d'interpréter les codes d'étiquetage les plus courants dans la grande distribution ;

- d'identifier les principaux pictogrammes, symboles, y compris les moyens usuels liés à l'étiquetage de produits et les logos qui désignent les matières dangereuses ;
- de reconnaître les principales catégories de mannequins et leurs usages spécifiques ;
- de relever quelques éléments permettant de contribuer à l'image de marque d'un magasin : réactions aux appels du personnel, des clients, importance de l'hygiène et de la tenue vestimentaire ;

en vue de pratiquer une vente informatisée,

- d'identifier les principes et contextes d'application de la vente informatisée ;
- d'identifier les différentes utilisations d'Internet : web, courrier électronique, téléchargement, adresses, forums,... ;

En Cours commerciaux

Sur base de situations-problèmes mettant en oeuvre des documents commerciaux réels, adaptés au niveau d'études,

- d'identifier les intermédiaires et leur rôle dans le circuit de distribution ;
- de décrire différents circuits de distribution et de préciser le rôle des différents intermédiaires ;
- de différencier et de compléter les principaux documents liés à la réception de marchandises : feuille de route, avis d'arrivée, bon de commande, bon de livraison, facture, ... ;
- d'identifier les mentions indispensables qui les valident et de préciser leurs destinataires ;
- de relever les précautions à prendre en matière de manipulation des marchandises (déballage, vérification de l'état de la marchandise, manipulation particulière du matériel fragile) ;
- de repérer la procédure de stockage (plan d'implantation, codes, produits périssables et fragiles, emballages, etc.) et les méthodes de rotation ;
- de différencier et de compléter les documents liés à l'approvisionnement ;
- de repérer des situations potentielles d'urgence sur un point de vente, d'indiquer comment elles doivent traitées;
- d'identifier des préventions mises en place;
- d'expliquer, à l'aide d'exemples, les incidences des mesures de prévention sur la discipline personnelle ;

En laboratoire de pratiques de vente

Au moyen d'exercices simples, notamment des jeux de rôles, portant sur des produits de grande consommation et des services classiques choisis par le chargé de cours et/ou par l'étudiant, pour différents types de magasin, dans le respect de consignes données,

- d'accueillir le client,
- de rechercher les désirs du client,
- de présenter et/ou faire une démonstration du produit,
- d'écouter les objections du client et y répondre,
- de conclure la vente et vente(s) additionnelle(s),
- de prendre congé du client,
- de préciser les notions de service après-vente.

Au départ de mises en situation professionnelles diversifiées quant au type de magasin et de produits, dans le respect de consignes données, en disposant du matériel adéquat,

- de simuler une vente informatisée.

En laboratoire de pratiques d'étalage

Au départ de mises en situation professionnelles diversifiées quant au type de magasin, de produits, du matériel de présentation, en disposant de la documentation et du matériel adaptés, dans le respect de consignes données (temps imparti, autonomie, respect des règles de sécurité et d'hygiène,...),

- de manipuler et de stocker des produits :
  - ✓ préciser les principales précautions à prendre en matière de manipulation,
  - ✓ interpréter les pictogrammes repris sur les différents emballages,
  - ✓ interpréter les logos qui désignent les éventuelles matières dangereuses,
  - ✓ appliquer les principes ergonomiques de base,
  - ✓ vérifier la nature et l'état des produits à leur réception,
  - ✓ justifier les méthodes des stockages réalisés ;
- de réassortir des rayons :
  - ✓ vérifier la nature et l'état des produits à leur réception,

- ✓ établir l'adéquation entre le bon de livraison et le bon de commande, en y apportant les corrections éventuelles,
- ✓ orienter les documents vers les services adéquats,
- ✓ appliquer la réglementation en matière d'affichage, de codification et d'étiquetage
- ✓ placer les produits en rayon, en vérifiant les dates limites de consommation et/ou les dates limites de vente ainsi que les prix,
- ✓ relever quelques mesures contribuant à l'image de marque du magasin : nettoyage des rayons et su sol, s'il échoit, rangement du magasin, des rayons, des caddies et des paniers, accessibilité des rayons et dégagement des allées ;

- de réaliser la présentation de produits qui font l'objet d'une offre promotionnelle, en composant des pancartages et des étiquetages de ces offres promotionnelles ;
- de justifier le style et les dimensions des lettrages utilisés ainsi que les supports et les matériaux employés.

5. CAPACITES TERMINALES

Pour atteindre **le seuil de réussite**,

l'étudiant sera capable

dans le cadre d'une situation de vente professionnelle concernant des produits de grande consommation ou des services classiques et dans un type de magasin choisis par le chargé de cours, dans le respect des consignes données,

- de rechercher tous renseignements pertinents sur le(s) produit(s) ou service(s) faisant l'objet de la vente,
- de réaliser les différentes étapes de cette vente
  - ✓ en reformulant précisément les attentes du client,
  - ✓ en formulant des arguments répondant aux attentes du client, et s'il échoit en effectuant une démonstration du(es) produit(s) ou du(des) service(s),
  - ✓ en s'adaptant à une situation imprévue,
  - ✓ en adoptant une formule de congé adaptée à la situation,
  - ✓ en précisant les modalités d'un service après-vente ;

face à une mise en situation professionnelle choisie par le chargé de cours, dans le respect des règles de sécurité et d'hygiène et des consignes données,

- de manipuler et de stocker les marchandises livrées
  - ✓ en identifiant les précautions à prendre en matière de manipulation,
  - ✓ en interprétant les pictogrammes repris sur les emballages,
  - ✓ en interprétant, s'il échoit, les logos désignant des matières dangereuses,
  - ✓ en appliquant les principes ergonomiques,
  - ✓ en justifiant la méthode de stock utilisée ;

en disposant de documents appropriés, d'un plan de magasin et du rayonnage, des étiquettes, d'autres supports et du petit matériel adaptés, d'un matériel de présentation, de marchandises choisies par le chargé de cours, dans le respect du temps imparti, des règles de sécurité et d'hygiène,

- de participer à la réception de marchandises, de réassortir les rayons, de réaliser la présentation d'un produit qui fait l'objet d'une offre promotionnelle
  - ✓ en vérifiant la nature et l'état des marchandises à leur réception,
  - ✓ en établissant l'adéquation entre le bon de livraison et le bon de commande et en y apportant les corrections éventuelles,
  - ✓ en orientant les documents vers les services adéquats,

- ✓ en plaçant les marchandises en rayon, après avoir vérifié les étiquettes,
- ✓ en réalisant une tête de gondole des marchandises qui font l'objet d'une offre promotionnelle,
- ✓ en composant les pancartages et les étiquetages de cette offre promotionnelle.

Pour la détermination du **degré de maîtrise**, il sera tenu compte des critères suivants :

- le degré de précision du vocabulaire technique utilisé,
- le degré de niveau du respect des consignes,
- le niveau de précision de la communication utilisée,
- le degré de pertinence des contrôles,
- le niveau d'adéquation de la mise en valeur des marchandises,
- l'originalité et le soin apportés dans les réalisations proposées.

6. CHARGE DE COURS

Un enseignant.