U-5032

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)Provincial et communal
O (1) Libre confessionnel
O (1) Libre non confessionnel

Identité du responsable pour le réseau: Didier LETURCQ, DGA

Date et signature: 19/02/2013

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

CODE DE l'U.F. (3): 71 42 31 U22 E2	CODE DU DOMAINE DE FORMATION (4) 704

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

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

5. Classement de l'unité de formation:

Ø (1) Enseignement secondaire de: O (1) transition Ø (1) **qualification**
du degré: O (1) inférieur Ø (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 1 page

---

(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 31 022 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	60
Cours commerciaux	CT	B	60
Laboratoire de pratiques de vente	CT	S	40
Laboratoire de pratiques d'étalage	CT	S	160
2. Part d'autonomie	XXXXXXXXX	P	
		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: 1.03.13 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 seconde 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:

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.

- rechercher tous renseignements pertinents sur le(s) produit(s) ou service(s) faisant l'objet de la vente.
- 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,

- manipuler et 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,

- participer à la réception de marchandises, réassortir les rayons, 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.

2.2. TITRES POUVANT EN TENIR LIEU

- Avoir terminé avec fruit la 5ème année de l'enseignement secondaire professionnel, de plein exercice ou en alternance (formation « article 49 »), dans la même orientation d'études ou dans une orientation d'études correspondante.

OU

- Avoir terminé avec fruit dans une orientation d'études correspondante la 5ème année de l'enseignement technique de qualification.

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 repérer des comportements créant un climat commercial favorable : tenue vestimentaire, soin, niveau de langage, élocution, attitudes non verbales, formules de salutation ;
- de décoder les différents besoins des consommateurs et les hiérarchiser en distinguant : besoins conscients et inconscients, mobiles et motivations d'achat ;
- de poursuivre la mise en oeuvre de techniques de communication incitative, de questionnement et de reformulation de réponses, en vue de déterminer le(s) besoin(s) d'un client ;
- de discerner les idées-forces les plus significatives pour différents profils de clientèle ;
- d'émettre une hypothèse quant aux motivations d'achat du client, quant à ses priorités et exigences, quant à ses préférences pour une gamme de produits et de prix ;
- d'établir, s'il échoit, un lien entre les principales caractéristiques des différents groupes de clients et leur comportement en matière d'achat ;

à partir d'études de cas, de mises en situation et d'une documentation professionnelle,

- d'utiliser des références courantes (répertoires, catalogues, listings, tarifs,...) ;
- d'établir un lien entre les caractéristiques démographiques, socioculturelles, économiques, psychologiques de différents groupes de clients et leur comportement en matière d'achat ;
- d'identifier et de caractériser, par familles, les produits distribués dans la surface de vente ;
- de situer un produit ou un service à partir des concepts de base de l'action commerciale: cycle de vie, place dans la gamme, conditionnement, garantie, service après-vente, différents types de vente, rapport qualité/prix,... ;
- d'identifier les concepts de service après-vente, de retour et d'échange de marchandise, de garantie ;
- de compléter des documents administratifs, tels que notamment un contrat de service après-vente, un document de garantie, ... ;
- d'identifier les techniques courantes de fidélisation de la clientèle, d'expliquer les avantages et les limites d'une carte de fidélité ou d'une carte de crédit de magasin ;
- d'identifier les principes et contextes d'application de la vente par correspondance ;

en vue de pratiquer une vente informatisée, en disposant du matériel adéquat.

- de rappeler différentes utilisations d'Internet : web, courrier électronique, téléchargement, adresses, forums,... ;
- d'utiliser les outils Internet et le courrier électronique.

En cours commerciaux

Sur base de situations-problèmes mettant en oeuvre des documents commerciaux réels, adaptés au niveau d'études, en utilisant un logiciel de gestion des stocks et de facturation appropriés.

- de différencier les différents documents commerciaux courants ;
- de compléter ces documents, à partir de consignes données ;
- de calculer un prix de vente en tenant compte des taxes, réductions commerciales, escomptes, consignation d'emballages, reprise éventuelle, ... ;
- de définir et caractériser les transactions liées aux opérations de caisse : paiements (comptant, cartes de débit, cartes de crédit, bons de réduction, remboursement de consignes, ...) ;
- d'utiliser les commandes de base d'un logiciel de facturation ;
- de consulter et de mettre à jour des fichiers, informatisés ou non, de clients, marchandises et fournisseurs ;
- de déterminer l'utilité d'un inventaire ;
- de définir et de caractériser différentes formes d'inventaires : permanent, périodique, physique (de fin d'année comptable), par dénombrement sporadique (spot check);
- de définir les techniques de valorisation des stocks (prix moyen, Fifo, Lifo) ;
- d'utiliser les commandes de base d'un logiciel de gestion des stocks ;
- d'encoder les entrées et retours de marchandises à l'aide d'un logiciel de gestion des stocks ;
- de compléter les documents requis en cas de retour ou d'échange de marchandise.

En laboratoire de pratiques de vente

Au départ de mises en situation relatives à la vente dans le domaine de la grande distribution ou de commerces spécialisés, en utilisant un logiciel de gestion des stocks et de facturation appropriés, du matériel adapté, dans le respect de consignes données,

- de passer une commande, après réalisation d'un appel d'offres, de compléter manuellement et via logiciels des documents commerciaux, administratifs,... ;

- de participer à la gestion de stocks, à la commande, d'assurer le suivi des opérations de caisse et le suivi des ventes en :
    - ✓ vérifiant l'état du stock du magasin,
    - ✓ téléphonant au fournisseur pour s'assurer de l'existence du produit dans ses stocks et de sa livraison prochaine,
    - ✓ en estimant la vraisemblance du coût total des achats,
    - ✓ réceptionnant le paiement et en établissant la facture,
    - ✓ mettant à jour le fichier clients,
    - ✓ informant le client quant aux conditions de garantie propres au magasin,
    - ✓ encodant la commande et en l'envoyant par fax ou par courriel au fournisseur,
    - ✓ en répondant aux éventuelles questions du client quant au suivi de sa commande.

En laboratoire de pratiques d'étalage

Au départ de mises en situation professionnelles rencontrées dans des surfaces de vente spécialisées, dans le respect de consignes données (thématique précisée, conditions de réalisation du décor fournies, lieu d'exposition et produits déterminés, budget déterminé, temps imparti, respect des règles de sécurité et d'hygiène,...), en toute autonomie,

- de reconnaître les modes de pensées structurant l'organisation d'étalages commerciaux à partir de critères tels que la simplicité, la sobriété, la représentativité d'un assortiment présenté, le choix de produits associés et complémentaires, l'exploitation d'un thème, d'une histoire, la mise en évidence de symboles;
- de caractériser, pour assurer la promotion d'une marchandise, l'espace d'un étalage, d'une vitrine ou d'une gondole en fonction d'intentions structurantes et de rapports cohérents en tenant compte de problèmes relatifs :
    - ✓ à l'espace : proportions et caractères de la vitrine, symétrie/asymétrie, position du spectateur, mise en scène, hauteur et profondeur, espaces spécifiques aux diverses marchandises, ...,
    - ✓ à la forme : rapports de formes, étagement des masses, proportions relatives, correspondances, similitude, parallélisme, rythme, perpendicularité, points forts, psychologie des formes, ... ,
    - ✓ à la couleur : rapports des couleurs, des valeurs et des surfaces ; effets psychologiques, ...,
    - ✓ à la matière et à la texture : caractères physiques (dureté, mollesse, souplesse, etc.) et sensibles des matériaux et des effets de surface, ...,

- ✓ à la lumière : naturelle ou artificielle, chaude, froide, intensité lumineuse nécessaire à l'éclairage de diverses zones, techniques de création d'ambiances par la lumière ;

- de sélectionner le matériel (mannequins, présentoirs, accessoires correspondants à la taille des mannequins, autres accessoires) et de déterminer
  - ✓ l'emplacement du (des) mannequin(s) en fonction de l'espace disponible, de l'environnement, de l'éclairage, de la silhouette et du mouvement du mannequin,
  - ✓ le style de présentation ;
- de concevoir un projet de vitrine et d'étalage intérieur adapté :
  - ✓ en analysant quelques données objectives : produits à mettre en vitrine, disposition des lieux, état des surfaces, thématique retenue, contraintes temporelles, budget,
  - ✓ en analysant quelques données subjectives : souhaits du commerçant, idées et valeurs à promouvoir,
  - ✓ en caractérisant et en justifiant le type de matériel utilisé,
  - ✓ en réalisant un croquis à main levée ou un plan d'implantation sommaire de manière à assurer la communicabilité du projet ;
- d'établir la fiche technique des produits présentés dans le décor envisagé ;
- de compléter la fiche budget de ce décor ;
- de réaliser ce décor ;
- d'appliquer la réglementation en matière d'affichage, de codification et d'étiquetage et en réalisant, s'il échoit, les éléments graphiques ;
- de présenter et ou de faire une démonstration du(des) produit(s) ;
- d'argumenter et de conclure la vente de ce(s) produit(s).

5. CAPACITES TERMINALES

Pour atteindre **le seuil de réussite**,

Dans le cadre d'une situation professionnelle réelle, en utilisant un logiciel de gestion des stocks et de facturation appropriés, du matériel bureautique adapté, des fiches articles, fournisseurs et clients, dans le respect de consignes données,

- de réaliser un appel d'offres en utilisant les moyens mis à sa disposition,
- de passer une commande,
- de compléter manuellement et d'encoder via les logiciels des documents, depuis l'appel d'offres jusqu'à la facturation,
- de mettre à jour le fichier fournisseurs,
- de valoriser un stock de trois produits,
- de situer ces produits dans l'action commerciale de cette grande surface ;

dans le cadre d'une situation professionnelle réelle se déroulant dans un magasin spécialisé, en utilisant un logiciel de gestion des stocks et de facturation appropriés, du matériel bureautique adapté, des fiches articles, fournisseurs et clients, dans le respect de consignes données,

- de participer à la gestion des stocks, à la commande, d'assurer l'opération de caisse et le suivi de la vente
  - ✓ en vérifiant l'état des stocks du magasin,
  - ✓ en s'assurant de l'existence du produit de la vente dans les stocks du fournisseur et de sa livraison prochaine,
  - ✓ en réceptionnant le paiement et en établissant la facture,
  - ✓ en mettant à jour le fichier clients,
  - ✓ en informant le client quant aux conditions de garantie spécifiques au lieu de vente,
  - ✓ en encodant la commande et en l'envoyant par fax ou par courriel au fournisseur,
  - ✓ en précisant les modalités du service après-vente en vigueur dans ce magasin spécialisé ;

en disposant d'un ou plusieurs mannequins, de quatre produits au maximum, de catalogues pour les fournitures et les différents produits, d'une connexion Internet pour ses recherches, d'une vitrine, d'une fiche budget, dans le respect des consignes données, en vue de conclure une vente promotionnelle

- de réaliser cette vente promotionnelle du(des) produit(s) exposé(s) dans le décor qu'il a créé
    - ✓ en détaillant et argumentant la conception de son projet de vitrine,
    - ✓ en établissant la fiche technique du(des) produit(s) présenté(s) dans la vitrine.
    - ✓ en complétant de manière exhaustive la fiche budget,
    - ✓ en réalisant sa vitrine,
    - ✓ en argumentant et concluant la vente.

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 d'exhaustivité des documents complétés,
- le degré d'exactitude des procédures informatiques,
- le niveau de qualité de la présentation et de la réalisation de la vitrine,
- l'originalité de la présentation de la vitrine.

6. CHARGE DE COURS

Un enseignant.