

MINISTERE DE LA COMMUNAUTE FRANCAISE
ENSEIGNEMENT DE LA COMMUNAUTE FRANCAISE
Administration Générale de l'Enseignement et de la Recherche Scientifique

Service général des Affaires pédagogiques,
de la Recherche en Pédagogie et du Pilotage
de l'enseignement organisé par la Communauté française

ENSEIGNEMENT SECONDAIRE ORDINAIRE DE PLEIN EXERCICE

HUMANITES PROFESSIONNELLES ET TECHNIQUES

ENSEIGNEMENT PROFESSIONNELLES

Deuxième degré

SECTEUR : Economie

GROUPE : Gestion

PROGRAMME D'ETUDES DE L'OPTION DE BASE GROUPEE :

VENTE

106/2002/249

AVERTISSEMENT

Le présent programme est d'application, à partir du 1^{er} septembre 2002, dans les deux années du deuxième degré de l'enseignement secondaire professionnel.

Il abroge et remplace le programme 7/5671 du 26 juillet 1996.

Ce programme figure sur RESTODE , serveur pédagogique de l'enseignement organisé par la Communauté française.

Adresse : <http://www.restode.cfwb.be>

Il peut en outre être imprimé au format PDF.

Grille – horaire

	3P	4P
Formation technique de base		
Economie de l'entreprise	4	4
Vente et distribution	2	2
Connaissance des produits	3	3
Art de la vente	2	2
Organisation de magasin	5	5
Formation technique orientée		
Décoration – Etalage	6	6
Secrétariat – Dactylographie – Bureautique	3	3
TOTAL	25	25

GLOSSAIRE

Les programmes d'études proposent des situations d'apprentissage et indiquent des contenus d'apprentissage qui peuvent être obligatoires ou facultatifs.

Décret-Missions (1997) Art. 36 § 5 et Art. 50 § 4

Contenus d'apprentissage

Savoirs nécessaires pour entreprendre correctement les apprentissages permettant le développement des compétences liées à la concrétisation des activités.

Situation d'apprentissage

Situations-problèmes mettant en œuvre des habiletés liées au développement des compétences conduisant à la concrétisation, à l'opérationnalisation des activités.

Compétences

Aptitude à mettre en œuvre un ensemble organisé de savoirs, de savoir-faire et d'attitudes permettant d'accomplir un certain nombre de tâches.

Compétences disciplinaires

Référentiel présentant de manière structurée les compétences à acquérir dans une discipline scolaire.

Compétences transversales

Attitudes, démarches mentales et démarches méthodologiques communes aux différentes disciplines à acquérir et à mettre en œuvre au cours de l'élaboration des différents savoirs et savoir-faire ; leur maîtrise vise à une autonomie croissante d'apprentissage des élèves.

Evaluation formative

Evaluation effectuée en cours d'activité et visant à apprécier le progrès accompli par l'élève et à comprendre la nature des difficultés qu'il rencontre lors d'un apprentissage; elle a pour but d'améliorer, de corriger ou de réajuster le cheminement de l'élève; elle se fonde en partie sur l'autoévaluation.

Evaluation certificative

Evaluation qui débouche soit sur l'obtention d'un certificat, soit une autorisation de passage de classe ou d'accès à un nouveau degré.

PARTIE I

PROGRAMME

DES COURS

DE

SCIENCES ECONOMIQUES

DE LA FORMATION TECHNIQUE DE

BASE

TABLE DES MATIERES

<u>3^e ANNEE</u>	1
CONSIDERATIONS METHODOLOGIQUES GENERALES	2
ORGANISATION DE MAGASIN	4
Objectifs généraux du cours	5
Considérations méthodologiques particulières	5
1. Le produit à vendre – le service à prester	6
2. L'aménagement du magasin	7
ECONOMIE DE L'ENTREPRISE	8
Objectifs généraux du cours	9
Considérations méthodologiques particulières	9
1. Les agents économiques	10
2. L'entreprise	10
3. Le processus de vente au travers des documents commerciaux	11
VENTE ET DISTRIBUTION	12
Objectifs généraux du cours	13
Considérations méthodologiques particulières	13
1. La distribution hier et aujourd'hui	14
2. L'importance de la distribution	14
3. Les circuits de distribution	14
4. L'environnement de la distribution	15
5. Les structures de la distribution	15
CONNAISSANCE DES PRODUITS	16
Objectifs généraux du cours	17
Considérations méthodologiques particulières	17
1. Classification commerciale des marchandises	18
2. Etude des produits alimentaires	18
Annexe 1 : exemple de fiche technique	19
Annexe 2 : exemple de fiche d'argumentation	20

ART DE LA VENTE	21
Objectifs généraux du cours	22
Considérations méthodologiques particulières	22
1. Le vendeur	23
2. Le client	23
3. Les outils du vendeur	24
<u>4^e ANNEE</u>	25
CONSIDERATIONS METHODOLOGIQUES GENERALES	26
ORGANISATION DE MAGASIN	28
Objectifs généraux du cours	29
Considérations méthodologiques particulières	29
La gestion du magasin	30
1. La fonction commerciale	30
2. L'assortiment	30
3. La technique des achats	31
4. Travaux pratiques	31
ECONOMIE DE L'ENTREPRISE	32
Objectifs généraux du cours	33
Considérations méthodologiques particulières	33
1. La facturation	34
2. Le règlement	34
3. Travaux pratiques	35
VENTE ET DISTRIBUTION	36
Objectifs généraux du cours	37
Considérations méthodologiques particulières	37
1. Le marché du produit	38
2. La politique du produit	38
3. L'animation sur le lieu de vente	38
4. Les pratiques commerciales	39

CONNAISSANCE DES PRODUITS	40
Objectifs généraux du cours	41
Considérations méthodologiques particulières	41
1. L'étude des produits non alimentaires	42
2. Travaux pratiques	42
ART DE LA VENTE	43
Objectifs généraux du cours	44
Considérations méthodologiques particulières	44
1. La conversation de vente	45
2. Les aspects particuliers de la vente	45
3. Travaux pratiques	45

3^e année

Organisation de magasin	5 périodes / semaine
Economie de l'entreprise	4 périodes / semaine
Vente et distribution	2 périodes / semaine
Connaissance des produits	3 périodes / semaine
Art de la vente	2 périodes / semaine

CONSIDERATIONS METHODOLOGIQUES GENERALES

- Les **compétences** à développer au deuxième degré de l'enseignement professionnel sont les suivantes :

R1	Tenir ses documents avec ordre et soin.
R2	Respecter les consignes de travail.
R3	Connaître le vocabulaire technique propre à l'option.
R4	Maîtriser les notions vues en classe.
R5	Appliquer les connaissances acquises à des situations étudiées ou nouvelles simples.
R6	Effectuer les tâches imposées lors d'un travail de groupe.
R7	Prendre la parole en classe, s'exprimer clairement et de manière audible.
R8	Respecter les autres et coopérer.

- Le développement de compétences repose sur la mise de l'élève en situation d'apprentissage et sur les tâches à accomplir qui en résultent.
Il incombe, par conséquent, à l'enseignant de :
- proposer des **activités signifiantes** pour l'apprenant ;
 - laisser le **temps nécessaire** pour les effectuer ;
 - fournir les **ressources indispensables** à la résolution des problèmes posés.
- Le programme propose, à titre d'exemples, des **situations d'apprentissage**.
Il appartient au professeur de s'y référer ou d'en proposer d'autres, à la condition impérieuse de pratiquer une **pédagogie active** basée sur une participation réelle de l'élève à son apprentissage (en travail individuel ou en travaux de groupes).
L'enseignant veillera à rencontrer, **sur l'ensemble de l'année scolaire**, les diverses compétences énoncées dans le référentiel proposé ci-dessus.

- L'apprentissage peut découler de l'action : c'est le but de la **pédagogie par projet**. Celle-ci oblige les apprenants à planifier, réaliser un travail mais aussi à nouer des contacts extérieurs.
Cette pédagogie particulièrement signifiante dans l'enseignement professionnel vise le développement de compétences transversales et disciplinaires.
- Une période de cours/semaine correspond à environ 22 périodes de cours/année effectives (hors évaluation certificative et événements parascolaires).
Il convient, par conséquent, de ne pas être exagérément ambitieux et de circonscrire les objectifs à atteindre.
L'évaluation formative, quant à elle, est incluse dans l'espace-temps disponible.
- La gestion du temps est un problème traditionnel de l'enseignant. La tenue d'un **cahier de matières prévisionnel** doit lui permettre de répartir les contenus à aborder sur les périodes de cours dont il dispose en tenant compte de la démarche qu'il envisage de suivre (pour rappel, une méthode incitative et participative exige beaucoup plus de temps qu'un enseignement exclusivement transmissif !).

□

La méthodologie dans les classes du 2^e degré de l'enseignement professionnel est plus importante que dans les autres niveaux d'enseignement.

Les classes sont composées d'élèves qui ne tolèrent que l'action et recherchent l'acquisition d'un savoir-faire. Ils éprouvent le besoin de manipuler, produire...et refusent l'abstraction. L'exposé pur et simple et parfois même le dialogue – sans un support pédagogique concret et réaliste – les laissent indifférents et entraînent l'abandon ou l'échec. C'est aussi le meilleur moyen de réduire à néant les efforts du professeur le mieux intentionné.

Face à des apprenants en provenance souvent d'un milieu socio-culturel peu réceptif à la problématique scolaire, l'attention, les encouragements, l'affection président à la réconciliation avec l'école et ouvrent la voie de la réussite.

- Du matériel, du mobilier, des fournitures de bureau et l'organisation d'une classe-atelier sont indispensables si l'on veut un enseignement qui soit le reflet de la réalité et non une simulation inadéquate.
- La **bibliographie** relative aux programmes de sciences économiques pourra être consultée sur le site Internet ad hoc :

http://www.restode.cfwb.be/sc_eco

ORGANISATION DE MAGASIN

5 périodes / semaine

Le programme de ce cours se répartit sur les deux années du degré.

Le cours de 3^e année est consacré à l'installation et à l'aménagement du magasin.

Le cours de 4^e année concerne la gestion du magasin.

OBJECTIFS GENERAUX DU COURS

- Assimiler un vocabulaire et des techniques spécifiques.
- Prendre conscience de l'importance de l'organisation du magasin dans la vente.
- Maîtriser les principes d'aménagement de différents types de magasin.
- Résoudre des situations-problèmes relatives à l'organisation du magasin.

CONSIDERATIONS METHODOLOGIQUES PARTICULIERES

- Les contenus doivent être vus de façon concrète par le biais de travaux pratiques (éventuellement extérieurs à l'établissement), de visites, ...
- Les activités à l'extérieur tiennent compte des possibilités locales. Dans le but de donner aux apprenants une vision la plus large possible de la problématique de l'installation et de l'aménagement du magasin, il est indispensable d'aborder différents types de commerces.

CONTENUS D'APPRENTISSAGE OBLIGATOIRES	SITUATIONS D'APPRENTISSAGE RENCONTRANT LE REFERENTIEL DE COMPETENCES
---	--

COMPETENCES RENCONTREES : R1, R2, R3, R4, R5, R6, R7, R8
--

La démarche préconisée ci-dessous doit s'appliquer à plusieurs produits ou services.
--

1. Le produit à vendre – le service à prester

	En fonction des choix des élèves relatifs aux produits à vendre (ou services à prester), réaliser une étude de faisabilité (petite étude de marché).
--	--

2. L'installation du magasin

L'emplacement, les dimensions et les formes du magasin, ...	<p>Réaliser une enquête d'opportunité d'installation d'un magasin à un endroit précis.</p> <p>A l'occasion d'un contact avec une personne ressource (Administration communale, ...), de l'analyse de l'économie et des infrastructures régionales :</p> <ul style="list-style-type: none"> - déterminer le cadre légal pour s'implanter ; - choisir l'emplacement le mieux approprié à l'exercice de l'activité ; - ... <p>Au départ d'une enquête, choisir les dimensions et formes idéales du futur magasin.</p> <p>Etablir un tableau comparatif des conditions de localisation possible d'un magasin.</p>
---	--

3. L'aménagement du magasin

La façade, la vitrine, l'accès au magasin, le revêtement des murs et du sol, l'implantation intérieure, le mobilier et le matériel, la caisse enregistreuse, l'éclairage, la sécurité, le chauffage et la ventilation, la sonorisation,...	<p>Simuler l'aménagement d'un magasin en fonction des critères énoncés ci-contre ; en dégager ce qui convient le mieux.</p> <p>Effectuer un choix de l'équipement du magasin (mobilier, matériel, ...) en fonction d'un budget donné, de catalogues, de discussions avec des spécialistes, ...</p> <p>Par la méthode du brain-storming, choisir le nom de l'enseigne du magasin et élaborer un avant-projet de logo.</p> <p>Analyser des façades de magasin et en dégager les éléments porteurs.</p>
--	--

ECONOMIE DE L'ENTREPRISE

4 périodes / semaine

OBJECTIFS GENERAUX DU COURS

- Assimiler le vocabulaire et les techniques spécifiques aux transactions commerciales effectuées par l'entreprise.
- Appréhender la structure de l'activité économique.
- Prendre conscience de la spécificité et de la finalité des différents agents économiques.
- Résoudre des situations-problèmes relatives aux activités commerciales de l'entreprise.
- Appréhender les mécanismes de fonctionnement et de rédaction des documents inhérents aux différentes phases d'une opération commerciale.
- Comprendre le mécanisme de fonctionnement de la TVA.

CONSIDERATIONS METHODOLOGIQUES PARTICULIERES

- Dans le but de rendre l'enseignement significatif, l'enseignant abordera la matière de façon concrète. Dans ce but, il construira des situations-problèmes surtout au départ du vécu des apprenants.
- Lors de l'étude du *processus d'achat-vente*, on utilisera de préférence des **documents réels**. La construction de petits dossiers comprenant plusieurs documents achat-vente en chaîne renforcera judicieusement chez l'apprenant la prise de conscience de la complémentarité de ces documents.
- La visite d'une P.M.E. de la région, le contact avec des personnes ressources (notaire, banquier, gérant de magasin, Union des Classes Moyennes, ...) constituent des outils très motivants pour les apprenants.

CONTENUS D'APPRENTISSAGE OBLIGATOIRES	SITUATIONS D'APPRENTISSAGE RENCONTRANT LE REFERENTIEL DE COMPETENCES
---	--

COMPETENCES RENCONTREES : R1, R2, R3, R4, R5, R6, R7, R8
--

1. Les agents économiques

Les Ménages Les Entreprises L'Etat Le Reste du Monde	Représenter un circuit représentant les flux entre les quatre agents économiques.
---	---

2. L'entreprise

2.1. Les types d'entreprises	<p>A la suite d'une recherche dans la presse locale, dans des annuaires, sur Internet, ... établir une liste d'entreprises de la région afin de :</p> <ul style="list-style-type: none"> - identifier leur activité principale ; - les classer en fonction de leur dimension ; - les regrouper selon leur secteur d'activité ; - caractériser leur forme. <p>La présenter sous la forme d'un tableau récapitulatif.</p>
2.2. Le travailleur indépendant	<p>Sur la base de l'interview d'un travailleur indépendant, identifier les obligations qu'il a dû remplir pour devenir commerçant.</p> <p>Comparer les statuts d'indépendant et de salarié.</p>

3. Le processus de vente au travers des documents commerciaux

3.1. La négociation	<p>Tous les documents établis dans le cadre du cours devront se référer à une entreprise – fictive – à créer.</p> <p>Effectuer les opérations diverses en relation avec les phases de la vente :</p> <ul style="list-style-type: none">- rechercher les noms et adresses de fournisseurs ;- rédiger ou compléter un document de demande de prix ;- répondre à une demande de prix en rédigeant une offre sur la base d'un catalogue ;- rechercher des offres de prix relatives à un même bien (service) mais provenant de sources différentes (catalogue, lettre ordinaire, prospectus, Internet, télé-achat) ;- calculer des offres de prix ;- construire un tableau comparatif d'offres reçues afin de choisir le fournisseur répondant le mieux à des critères fixés (modicité du prix, délai de livraison, conditions de paiement, service après-vente). Argumenter le choix effectué.
3.2. La conclusion	<ul style="list-style-type: none">- rédiger un bon de commande ;- détecter des erreurs ou omissions dans des documents commerciaux (facture, lettre de commande,...) ;- rédiger ou compléter une note d'envoi ;- réceptionner une commande ;- dégager la notion de valeur ajoutée lors du processus de fabrication d'un bien (meuble, pain, fromage) ainsi que les modalités de taxation qui la concernent ;- calculer une TVA ;- rédiger une facture sur la base d'un bon de commande ;- classer divers documents commerciaux ;- contrôler des factures reçues ;- adresser une lettre de réclamation pour non-conformité de la livraison ;- vérifier la conformité entre facture, bon de commande et note d'envoi.
3.3. L'expédition	
3.4. Le mécanisme simple de la TVA et la facturation	

VENTE ET DISTRIBUTION

2 périodes / semaine

OBJECTIFS GENERAUX DU COURS

- Assimiler un vocabulaire et des techniques spécifiques.
- Prendre conscience du rôle de la distribution dans l’activité économique.
- Saisir l’impact de l’action des Pouvoirs Publics sur la distribution.
- Appréhender la structure de la distribution.
- Cerner les modalités de fonctionnement des différents modes de vente.

CONSIDERATIONS METHODOLOGIQUES PARTICULIERES

- L’étude de cette matière nécessite la constitution d’une documentation abondante (catalogues, statistiques, ...).
- L’interview de personnes ressources (grossistes, détaillants, ...) constitue un outil intéressant.
- Des visites, des enquêtes sur le terrain sont absolument nécessaires.

CONTENUS D'APPRENTISSAGE OBLIGATOIRES	SITUATIONS D'APPRENTISSAGE RENCONTRANT LE REFERENTIEL DE COMPETENCES
---	--

COMPETENCES RENCONTREES : R1, R2, R3, R4, R5, R6, R7, R8
--

1. La distribution hier et aujourd’hui

L'évolution de la distribution	Illustrer l'évolution de la distribution dans un secteur précis (du tailleur au prêt-à-porter).
--------------------------------	---

2. L'importance de la distribution

2.1. Le rôle économique de la distribution	Identifier l'origine d'une série de produits relevés dans un magasin.
2.2. Le rôle social de la distribution	A l'aide de statistiques, montrer la place de la distribution dans l'économie du pays.

3. Les circuits de distribution

3.1. Le circuit court	Etablir le circuit de distribution de produits (exemples : oranges, sucre, ...) et mettre en évidence le rôle de chaque intervenant.
3.2. Le circuit moyen	
3.3. Le circuit long	

4. L'environnement de la distribution

4.1. Au point de vue de la consommation	Sur la base de statistiques publiées par le secteur de la distribution, établir le comportement d'achat du consommateur.
4.2. Au point de vue de la production	Lors de la visite d'un centre commercial, établir le relevé de différentes marques d'un même produit, leur prix et en induire les concepts de marque nationale, de marque du distributeur, de produits blancs, de produits génériques,...

5. Les structures de la distribution

5.1. Les formes de la distribution	Sur la base d'une liste de commerces de la localité, induire les différentes formes de distribution (commerce indépendant de gros ou de détail, commerce intégré et commerce associé).
5.2. Les modes de vente	Etablir un tableau comparatif des principaux modes de vente : de contact, impersonnelle, par distributeurs automatiques, par correspondance, ... Y faire apparaître les avantages et inconvénients pour le commerçant et le consommateur.

CONNAISSANCE DES PRODUITS

3 périodes / semaine

OBJECTIFS GENERAUX DU COURS

- Assimiler un vocabulaire et des techniques spécifiques.
- Prendre conscience des implications d'une bonne alimentation :
 - sur l'individu ;
 - sur l'économie du pays.
- Maîtriser la présentation et la rédaction d'une fiche technique d'un produit.
- Appréhender l'impact des produits « bio » sur notre alimentation et sur l'économie du pays.

CONSIDERATIONS METHODOLOGIQUES PARTICULIERES

- La liste des produits à étudier n'est ni exhaustive, ni limitative. L'ordre dans lequel ces produits doivent être vus est laissé à l'entière appréciation du professeur.
- L'enseignement doit être le plus concret possible, grâce à des visites (foires, salons, magasins,...), des documents, des films. Une démonstration, une manipulation valent mieux que 10 fiches théoriques.
- Le professeur veillera à développer chez l'apprenant des compétences méthodologiques telles que :
 - la recherche et le traitement de l'information ;
 - l'utilisation d'outils de travail.

CONTENUS D'APPRENTISSAGE OBLIGATOIRES	SITUATIONS D'APPRENTISSAGE RENCONTRANT LE REFERENTIEL DE COMPETENCES
---	--

COMPETENCES RENCONTREES : R1, R2, R3, R4, R5, R6, R7, R8

1. Classification commerciale des marchandises

1.1. Les familles commerciales	Lors de la visite de supermarchés et de l'observation des rayons, établir une classification des produits selon les grandes familles commerciales.
1.2. L'alimentation	A l'occasion de l'organisation d'un petit déjeuner à l'école, découvrir les principes de base d'une alimentation saine.

2. Etude des produits alimentaires

2.1. La vie du produit	<p>Au départ :</p> <ul style="list-style-type: none"> - de la visite d'une entreprise de production alimentaire ; - d'une cassette vidéo ; - de revues d'organismes professionnels ; - de l'exploitation des ressources d'une bibliothèque ; - ... <p>établir le cycle de fabrication et de distribution de différents produits alimentaires.</p> <p>Une dizaine de produits alimentaires au moins seront envisagés en fonction des saisons (critère temps), des spécificités locales (critère espace). Exemples : le lait, le beurre, le fromage, la charcuterie, les œufs, le chocolat, le café, le sucre, les pâtes, le pain, les pommes de terre, les épices, les boissons (vins, apéritifs, bières, eaux, jus de fruits, ...), les produits bio, les plats préparés, ...</p>
2.2. La connaissance du produit	<p>A partir de ces études, établir une fiche technique et une fiche d'argumentation des produits étudiés sur la base des modèles en annexe.</p>

ANNEXE 1 : EXEMPLE DE FICHE TECHNIQUE

De l'article que vous avez choisi, donnez les éléments suivants :

1. NOM EXACT (marque)
2. LIEU D'ORIGINE
3. COMPOSITION-MATIERES PREMIERES
4. CARACTERISTIQUES : poids, taille, dimensions.
5. CONDITIONS D'UTILISATION
6. MODE D'EMPLOI
7. VARIETES
8. CARACTERISTIQUES TECHNIQUES
9. ENTRETIEN
10. EXCLUSIVITE
PRIX-GARANTIE
DELAI DE REASSORTIMENT
11. AUTRES

ANNEXE 2 : EXEMPLE DE FICHE D'ARGUMENTATION

En vous basant sur la fiche technique, relevez les arguments de vente de l'article choisi :

1. ARGUMENTS PERCEPTIFS Forme
 Couleur
 Style

2. ARGUMENTS OBJECTIFS Matériaux
 Entretien
 Matières premières

3. ARGUMENTS SUBJECTIFS Arguments en fonction du mobile d'achat

4. ARGUMENTS DE VENTE Prix
 Usage
 Service
 Facilités de paiement

ART DE LA VENTE

2 périodes / semaine

OBJECTIFS GENERAUX DU COURS

- Assimiler un vocabulaire et des techniques spécifiques.
- Prendre conscience du rôle du vendeur :
 - dans le processus de vente ;
 - dans le circuit de distribution.
- Maîtriser les outils nécessaires pour :
 - approcher le client ;
 - convaincre le client.
- Prendre conscience de l'importance :
 - de la tenue ;
 - de la présentation ;
 - de l'expression orale et écrite.

CONSIDERATIONS METHODOLOGIQUES PARTICULIERES

- Le professeur veillera particulièrement à développer des compétences relationnelles telles que :
 - s'adresser à autrui ;
 - prendre la parole ;
 - se présenter ;
 - savoir écouter ;
 - ...
- Sur le plan méthodologique, le recours à des jeux de rôles peut s'avérer particulièrement efficace.
- La création d'une petite entreprise fictive permettra aux apprenants de mettre en pratique leur savoir-faire vis-à-vis du client.

CONTENUS D'APPRENTISSAGE OBLIGATOIRES	SITUATIONS D'APPRENTISSAGE RENCONTRANT LE REFERENTIEL DE COMPETENCES
---	--

COMPETENCES RENCONTREES : R1, R2, R3, R4, R5, R6, R7, R8
--

1. Le vendeur

La tenue et la présentation	Etablir un tableau comparatif des qualités d'un vendeur dans des situations différentes de vente (exemple : un vendeur de prêt-à-porter dans un magasin traditionnel avec un vendeur dans un libre-service).
L'hygiène	Analyser et critiquer des dialogues de vente.
Les qualités morales, physiques, sociales, intellectuelles et professionnelles	
La gestion du temps	Montrer les implications d'une mauvaise gestion du temps (exemple : attitude désinvolte qui pourrait en résulter, communications téléphoniques privées, ...) sur l'image de l'entreprise.

2. Le client

Les types de clients	Imaginer les attitudes à adopter par le vendeur face aux types de clients suivants : <ul style="list-style-type: none"> - le nerveux ; - le curieux ; - le timide ; - l'indécis ; - ...
Les catégories de clients	Imaginer les attitudes à adopter par le vendeur face aux catégories de clients suivantes : <ul style="list-style-type: none"> - la femme ; - l'homme ; - l'enfant ; - la personne du 3^e âge ; - ...
Les motivations et les freins	Dans des situations d'achat données, identifier les motivations et les freins qui déterminent le comportement du client.

3. Les outils du vendeur

L'argumentaire	Construire des jeux de rôles acheteur-vendeur, les analyser et les critiquer.
----------------	---

4^e année

Organisation de magasin	5 périodes / semaine
Economie de l'entreprise	4 périodes / semaine
Vente et distribution	2 périodes / semaine
Connaissance des produits	3 périodes / semaine
Art de la vente	2 périodes / semaine

CONSIDERATIONS METHODOLOGIQUES GENERALES

- Les **compétences** à développer au deuxième degré de l'enseignement professionnel sont les suivantes :

R1	Tenir ses documents avec ordre et soin.
R2	Respecter les consignes de travail.
R3	Connaître le vocabulaire technique propre à l'option.
R4	Maîtriser les notions vues en classe.
R5	Appliquer les connaissances acquises à des situations étudiées ou nouvelles simples.
R6	Effectuer les tâches imposées lors d'un travail de groupe.
R7	Prendre la parole en classe, s'exprimer clairement et de manière audible.
R8	Respecter les autres et coopérer.

- Le développement de compétences repose sur la mise de l'élève en situation d'apprentissage et sur les tâches à accomplir qui en résultent.
Il incombe, par conséquent, à l'enseignant de :
- proposer des **activités signifiantes** pour l'apprenant ;
 - laisser le **temps nécessaire** pour les effectuer ;
 - fournir les **ressources indispensables** à la résolution des problèmes posés.
- Le programme propose, à titre d'exemples, des **situations d'apprentissage**.
Il appartient au professeur de s'y référer ou d'en proposer d'autres, à la condition impérieuse de pratiquer une **pédagogie active** basée sur une participation réelle de l'élève à son apprentissage (en travail individuel ou en travaux de groupes).
L'enseignant veillera à rencontrer, **sur l'ensemble de l'année scolaire**, les diverses compétences énoncées dans le référentiel proposé ci-dessus.

- L'apprentissage peut découler de l'action : c'est le but de la **pédagogie par projet**. Celle-ci oblige les apprenants à planifier, réaliser un travail mais aussi à nouer des contacts extérieurs.
Cette pédagogie particulièrement signifiante dans l'enseignement professionnel vise le développement de compétences transversales et disciplinaires.
- Une période de cours/semaine correspond à environ 22 périodes de cours/année effectives (hors évaluation certificative et événements parascolaires).
Il convient, par conséquent, de ne pas être exagérément ambitieux et de circonscrire les objectifs à atteindre.
L'évaluation formative, quant à elle, est incluse dans l'espace-temps disponible.
- La gestion du temps est un problème traditionnel de l'enseignant. La tenue d'un **cahier de matières prévisionnel** doit lui permettre de répartir les contenus à aborder sur les périodes de cours dont il dispose en tenant compte de la démarche qu'il envisage de suivre (pour rappel, une méthode incitative et participative exige beaucoup plus de temps qu'un enseignement exclusivement transmissif !).

□

La méthodologie dans les classes du 2^e degré de l'enseignement professionnel est plus importante que dans les autres niveaux d'enseignement.

Les classes sont composées d'élèves qui ne tolèrent que l'action et recherchent l'acquisition d'un savoir-faire. Ils éprouvent le besoin de manipuler, produire...et refusent l'abstraction. L'exposé pur et simple et parfois même le dialogue – sans un support pédagogique concret et réaliste – les laissent indifférents et entraînent l'abandon ou l'échec. C'est aussi le meilleur moyen de réduire à néant les efforts du professeur le mieux intentionné.

Face à des apprenants en provenance souvent d'un milieu socio-culturel peu réceptif à la problématique scolaire, l'attention, les encouragements, l'affection président à la réconciliation avec l'école et ouvrent la voie de la réussite.

- Du matériel, du mobilier, des fournitures de bureau et l'organisation d'une classe-atelier sont indispensables si l'on veut un enseignement qui soit le reflet de la réalité et non une simulation inadéquate.
- La **bibliographie** relative aux programmes de sciences économiques pourra être consultée sur le site Internet ad hoc :

http://www.restode.cfwb.be/sc_eco

ORGANISATION DU MAGASIN

5 périodes / semaine

Le programme de ce cours se répartit sur les deux années du degré.
Le cours de 3^e année est consacré à l'installation et à l'aménagement du magasin.
Le cours de 4^e année concerne la gestion du magasin.

OBJECTIFS GENERAUX DU COURS

- Assimiler un vocabulaire et des techniques spécifiques.
- Prendre conscience de l'importance de la gestion du magasin dans la vente.
- Maîtriser les principes d'aménagement de différents types de magasin.
- Montrer l'importance d'une bonne politique des achats sur la vie du magasin.
- Maîtriser la présentation et la rédaction de fiches de stock.

CONSIDERATIONS METHODOLOGIQUES PARTICULIERES

- Les contenus doivent être vus de façon concrète par le biais de travaux pratiques (éventuellement extérieurs à l'établissement), de visites, ...
- Les activités à l'extérieur tiennent compte des possibilités locales. Dans le but de donner aux apprenants une vision la plus large possible de la problématique de la gestion du magasin, il est indispensable d'aborder différents types de commerces.
- Le professeur veillera à l'ordre et au soin apportés :
 - dans la tenue des documents (fiches,...) ;
 - dans le rangement des produits.

CONTENUS D'APPRENTISSAGE OBLIGATOIRES	SITUATIONS D'APPRENTISSAGE RENCONTRANT LE REFERENTIEL DE COMPETENCES
COMPETENCES RENCONTREES : R1, R2, R3, R4, R5, R6, R7, R8	

LA GESTION DU MAGASIN

1. La fonction commerciale

Le service des achats	Situer la fonction commerciale d'une entreprise commerciale dans l'organigramme de celle-ci.
Le service des ventes	
Le service magasin	
Le service après-vente	

2. L'assortiment

Le concept d'assortiment	Différencier, pour deux implantations différentes d'un magasin d'une même enseigne, les assortiments de base et de choix en fonction de critères définis (locaux, culturels, ...).
L'assortiment de base, de choix	
La répartition des rayons	
La répartition dans les rayons	A l'occasion de la visite d'un supermarché, montrer que la répartition des produits dans les rayons n'est pas due au hasard.

3. La technique des achats

La politique des achats	Comparer la politique des achats d'un petit commerçant, d'une supérette et d'une grande surface.
Le réassortiment	A partir d'une enquête, déterminer la politique de réassortiment d'un rayon.
La réception	Sur la base d'un support, identifier les étapes de la réception d'un achat.

4. Travaux pratiques

	Mettre en place des promotions. Dresser un inventaire physique. Organiser un service à la clientèle. Réaliser des activités de synthèse (projets de marché de Noël, gestion d'une cantine scolaire, gestion d'une mini-entreprise, ...). ...
--	--

ECONOMIE DE L'ENTREPRISE

4 périodes / semaine

OBJECTIFS GENERAUX DU COURS

- Assimiler un vocabulaire et des techniques spécifiques.
- Maîtriser le mécanisme et la rédaction des documents relatifs aux divers stades d'une transaction commerciale.
- Résoudre des situations-problèmes mettant en œuvre des documents commerciaux.
- Prendre conscience de la conformité et de la complétude des documents.

CONSIDERATIONS METHODOLOGIQUES PARTICULIERES

- Dans le but de rendre l'enseignement significatif, l'enseignant abordera la matière de façon concrète. Dans ce but, il construira les situations-problèmes surtout au départ du vécu des apprenants.
- La visite d'une P.M.E. de la région s'avère opportune pour illustrer le concept *agent économique entreprise*.
- Lors de l'étude du *processus d'achat-vente*, on utilisera de préférence des **documents réels**. En ce qui concerne les documents de paiement, l'accent sera mis sur leurs conditions d'utilisation et leur mécanisme de fonctionnement. Il convient d'utiliser des spécimens **de différents organismes financiers** afin de respecter la réglementation en matière de publicité dans les écoles. La construction de petits dossiers comprenant plusieurs documents achat-vente en chaîne renforcera judicieusement chez l'apprenant la prise de conscience de la complémentarité de ces documents.

CONTENUS D'APPRENTISSAGE OBLIGATOIRES	SITUATIONS D'APPRENTISSAGE RENCONTRANT LE REFERENTIEL DE COMPETENCES
--	---

COMPETENCES RENCONTREES : R1, R2, R3, R4, R5, R6, R7, R8

1. La facturation

1.1. Rappel du mécanisme simple de la TVA et de la facturation 1.2. Les taux de TVA 1.3. Les réductions sur le prix 1.4. Les documents rectificatifs de la facture	<p>Les applications seront basées sur l'exploitation de documents en chaîne en fonction du niveau des élèves.</p> <p>Sur la base de l'analyse de différentes factures, découvrir les différents taux de TVA et les principales réductions sur le prix.</p> <p>Etablir des factures de difficulté croissante.</p> <p>Etablir une note de crédit suite à un retour de marchandises.</p>
--	---

2. Le règlement

2.1. De la main à la main 2.2. Par l'intermédiaire d'un organisme financier	<p>Au départ de situations concrètes (factures à payer, loyers à payer, etc...) découvrir les concepts d'acquit et de quittance. Mettre en évidence leur rôle en tant que preuve.</p> <p>Reconnaitre, dans un ensemble de documents, celui (ceux) qui est (sont) appropriés(s) à des tâches déterminées.</p> <p>Rédiger, à partir de factures diverses, les documents de paiement qui y correspondent.</p>
--	--

2.3. La gestion moderne des paiements	Effectuer une enquête auprès d'utilisateurs de « cartes de paiement » afin d'en déterminer les conditions d'utilisation, les avantages et inconvénients, les dangers,...
---------------------------------------	--

3. Travaux pratiques

	Réaliser un dossier de synthèse reprenant les opérations depuis la négociation jusqu'au règlement.
--	--

VENTE ET DISTRIBUTION

2 périodes / semaine

OBJECTIFS GENERAUX DU COURS

- Assimiler un vocabulaire et des techniques spécifiques.
- Prendre conscience du rôle de la distribution dans l’activité économique.
- Saisir l’impact de l’action des Pouvoirs Publics sur la distribution.
- Montrer l’impact de la publicité :
 - sur les ventes d’un magasin ;
 - sur l’économie du pays.
- Comprendre l’utilité d’une bonne politique de défense du consommateur.

CONSIDERATIONS METHODOLOGIQUES PARTICULIERES

- L’étude de cette matière nécessite la constitution d’une documentation abondante (catalogues, statistiques, ...).
- L’interview de personnes ressources (grossistes, commerçants, ...) constitue un outil intéressant.
- Des visites, des enquêtes sur le terrain sont nécessaires.

CONTENUS D'APPRENTISSAGE OBLIGATOIRES	SITUATIONS D'APPRENTISSAGE RENCONTRANT LE REFERENTIEL DE COMPETENCES
---	--

COMPETENCES RENCONTREES : R1, R2, R3, R4, R5, R6, R7, R8
--

1. Le marché du produit

La demande	Sur la base d'une étude simple de marché auprès de la population de l'école, déterminer les besoins de celle-ci en matière de friandises au moment de la récréation.
L'offre	Découvrir l'utilité et la structure d'une étude de marché avec l'aide d'une personne ressource.

2. La politique du produit

Les caractéristiques du produit	Sur la base de l'étude d'un produit (exemple : cola), rechercher ses caractéristiques physiques, commerciales et affectives.
Le cycle de vie du produit	Situer des produits connus dans leur cycle de vie.

3. L'animation sur le lieu de vente

La publicité et le produit	Collecter et analyser des messages publicitaires (exemple : folders) variés.
La publicité sur le lieu de vente	Recenser les supports publicitaires sur un lieu de vente et émettre un avis argumenté sur l'impact de chacun d'eux.

La promotion des ventes	<p>A l'occasion d'une action de promotion des ventes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - repérer les décisions en utilisant la démarche « qui ? quoi ? quand ? comment ? pour qui ? » ; - identifier les différentes étapes de la préparation de l'action ; - observer les résultats.
-------------------------	---

4. Les pratiques commerciales

La réglementation propre au commerce	Au départ de cas pratiques, identifier les principales dispositions relatives aux pratiques commerciales.
--------------------------------------	---

CONNAISSANCE DES PRODUITS

3 périodes / semaine

OBJECTIFS GENERAUX DU COURS

- Assimiler un vocabulaire et des techniques spécifiques.
- Maîtriser la présentation et la rédaction d'une fiche technique d'un produit.
- Montrer la diversité des produits existant sur le marché.

CONSIDERATIONS METHODOLOGIQUES PARTICULIERES

- La liste des produits à étudier n'est ni exhaustive, ni limitative. L'ordre dans lequel ces produits doivent être vus est laissé à l'entière appréciation du professeur.
- L'enseignement doit être le plus concret possible, grâce à des visites (foires, salons, magasins,...), des documents, des films. Une démonstration, une manipulation valent mieux que 10 fiches théoriques.
- Le professeur veillera à développer chez l'apprenant des compétences méthodologiques telles que :
 - la recherche et le traitement de l'information ;
 - l'utilisation d'outils de travail.
- L'élaboration d'un dossier de synthèse devrait reposer sur une approche interdisciplinaire (Sciences économiques, Arts plastiques, Français, Bureautique, ...).

CONTENUS D'APPRENTISSAGE OBLIGATOIRES	SITUATIONS D'APPRENTISSAGE RENCONTRANT LE REFERENTIEL DE COMPETENCES
---	--

COMPETENCES RENCONTREES : R1, R2, R3, R4, R5, R6, R7, R8
--

1. Etude des produits non alimentaires

Reprendre le cours de 3^e en l'appliquant à des produits non alimentaires.

Une dizaine de produits non alimentaires au moins seront envisagés en fonction des saisons (critère temps), des spécificités locales (critère espace). Exemples : le papier et les fournitures classiques, les produits textiles courants et la bonneterie, les chaussures et la maroquinerie, les produits d'entretien et l'outillage d'entretien (pour la maison, pour le linge, pour les chaussures et accessoires), les objets ménagers et électro-ménagers, ...

2. Travaux pratiques

	Construire un dossier sur l'étude d'un produit ou d'une famille de produits non vus en classe et le présenter.
--	--

ART DE LA VENTE

2 périodes / semaine

OBJECTIFS GENERAUX DU COURS

- Assimiler un vocabulaire et des techniques spécifiques.
- Prendre conscience du rôle du vendeur :
 - dans le processus de vente ;
 - dans le circuit de distribution.
- Maîtriser les outils nécessaires pour :
 - approcher le client ;
 - convaincre le client.
- Prendre conscience de l'importance :
 - de la tenue ;
 - de la présentation ;
 - de l'expression orale et écrite.
- Prendre conscience de l'importance d'un bon service après-vente pour l'image de marque du magasin.

CONSIDERATIONS METHODOLOGIQUES PARTICULIERES

- Le professeur veillera particulièrement à développer des compétences relationnelles telles que :
 - s'adresser à autrui ;
 - prendre la parole ;
 - se présenter ;
 - savoir écouter ;
 - ...
- Sur le plan méthodologique, le recours à des jeux de rôles peut s'avérer particulièrement efficace.
- La création d'une petite entreprise fictive permettra aux apprenants de mettre en pratique leur savoir-faire vis-à-vis du client.

CONTENUS D'APPRENTISSAGE OBLIGATOIRES	SITUATIONS D'APPRENTISSAGE RENCONTRANT LE REFERENTIEL DE COMPETENCES
--	---

COMPETENCES RENCONTREES : R1, R2, R3, R4, R5, R6, R7, R8

1. La conversation de vente

Les étapes de la vente	Mettre en œuvre un jeu de rôles simulant les différentes étapes de la vente : <ul style="list-style-type: none"> - l'accueil ; - la recherche des désirs ; - la présentation du produit ; - l'argumentation et la démonstration ; - les objections et les réponses aux objections ; - la conclusion de la vente ; - les ventes additionnelles ; - la prise de congé.
------------------------	--

2. Les aspects particuliers de la vente

La vente manquée	Déterminer les causes d'un vente manquée au travers d'un jeu de rôles, d'une bande dessinée, d'une cassette vidéo, ...
Les réclamations	Gérer une réclamation.

3. Travaux pratiques

	Elaborer des sketches de vente. Analyser une vente filmée.
--	---

PARTIE II

PROGRAMME DES COURS DE

**SECRETARIAT – DACTYLOGRAPHIE –
BUREAUTIQUE**

TABLE DES MATIERES

ORGANISATION DU PROGRAMME D'ETUDES	1
CONSIDERATIONS METHODOLOGIQUES GENERALES	2
Méthodologie	2
Les prérequis	2
L'évaluation	3
INFRASTRUCTURE ET EQUIPEMENT.....	7
 PROGRAMME DU COURS DE BUREAUTIQUE	
BURO 1 L'ordinateur et le clavier alphanumérique	8
BURO 2 La présentation de textes simples	13
BURO 3 Initiation à la mise en page du courrier	16
BIBLIOGRAPHIE	19

ORGANISATION DU PROGRAMME D'ETUDES

Le programme d'études présente le développement de certaines activités de manière structurée en modules.

MODELE D'ORGANISATION DES ACTIVITES

3 ^e P	4 ^e P
Buro 1 L'ordinateur et le clavier alphanumérique	Buro 2 La présentation de textes simples Buro 3 Initiation à la mise en page du courrier

Bien que le programme présente le développement de certaines activités de manière logique, le professeur peut y déroger en fonction de circonstances particulières tel qu'un projet d'école.

Les contenus de ce programme sont tous obligatoires. Toutefois, le professeur aura la latitude d'étoffer les contenus abordés, mais l'évaluation se limitera aux indicateurs définis.

A l'intérieur même des cours, certaines compétences ne pourront s'acquérir que si elles sont exercées de manière transversale et régulière tout au long de l'apprentissage.

CONSIDERATIONS METHODOLOGIQUES GENERALES

MÉTHODOLOGIE

Il est important de diversifier les exercices de telle sorte que la réflexion soit toujours nécessaire: elle conduit au jugement, à l'évaluation des éléments de la situation avant toute décision d'action. C'est la construction des savoirs.

Les activités seront exercées afin d'atteindre les compétences de savoir, de savoir-faire et de savoir-devenir. Pour atteindre la maîtrise souhaitée, de nombreux exercices et de nombreuses simulations seront proposés.

RÔLE DE L'ENSEIGNANT PENDANT CES ACTIVITÉS

L'enseignant sera:

- un soutien affectif pour l'apprenant,
- un facilitateur d'apprentissage.

Il veillera à:

- la qualité et la diversité du matériel didactique;
- une organisation du travail variée;
- maintenir ou provoquer la poursuite du travail (motivation, animation, gestion du temps, des groupes ...);
- fournir aux apprenants des vues d'ensemble régulières (synthèses);
- mesurer le résultat sous forme d'évaluation formative.

LES PRÉREQUIS

En 4^e année, si certains élèves ne possèdent pas les prérequis, il y aura lieu d'y remédier et de gérer deux groupes en début de formation. Toutefois, des moments d'activités communes pourront être organisés (contrôle de la progression en saisie, mise en page, travaux de groupes, synthèse ...).

L'ÉVALUATION

L'EVALUATION FORMATIVE

L'évaluation formative est un outil indispensable à un bon apprentissage.

L'évaluation formative correspond à l'intention d'observer ou de recueillir des informations afin d'améliorer les apprentissages. Elle constitue une information qui permet à l'apprenant de progresser; c'est un diagnostic qui s'intègre de manière constante dans le processus d'apprentissage afin d'aider l'apprenant à améliorer son cheminement.

C'est une pédagogie qui débouchera soit sur:

- une modification de la démarche didactique de l'enseignant - chaque individu possède un style d'apprentissage dominant (visuel, auditif, kinesthésique) que l'on peut privilégier;
- une remédiation - l'erreur en cours d'apprentissage ne doit pas être considérée comme une faute, ni être sanctionnée; une démarche d'analyse s'établit pour identifier la cause de l'erreur; elle débouche sur une proposition de remédiation.

L'évaluation formative s'intègre dans une perspective d'un enseignement différencié. La différenciation ne signifie pas nécessairement "travail individuel" mais un apprentissage qui s'appuie sur la prise en compte des aptitudes de l'apprenant.

L'EVALUATION CERTIFICATIVE

L'évaluation certificative permet de signifier dans quelle mesure le travail accompli par l'apprenant rencontre les exigences imposées par un programme. Elle intervient après une séquence d'apprentissage ou à la fin d'une période pour évaluer le passage de classe ou l'obtention d'un titre. L'évaluation certificative doit être cohérente et répondre aux objectifs d'apprentissage. Elle doit mesurer la capacité observable attendue et spécifier les conditions dans lesquelles le comportement est attendu. La définition des critères implique la détermination des seuils de réussite.

CONCLUSIONS

L'autoévaluation qui amène l'apprenant à porter un jugement sur la valeur du travail accompli en fonction des critères déterminés s'insère bien dans la logique de l'évaluation formative et dans la progression des apprentissages.

L'évaluation certificative ne peut être envisagée qu'après une évaluation formative et une remédiation.

Un nouvel apprentissage ne peut faire l'objet d'une évaluation certificative.

LES TRAVAUX REALISES

Les travaux sont rangés dans un classeur. L'organisation des classeurs peut faire l'objet d'une application et d'une évaluation dans le cadre du cours.

Deux travaux minimum par période feront l'objet d'une évaluation certificative. Ils devront impérativement prendre en compte les indicateurs de maîtrise des compétences. Les travaux faisant l'objet d'une évaluation certificative restent dans l'établissement scolaire.

EVALUATION D'UN DOCUMENT EDITE PAR TRAITEMENT DE TEXTE

LE RESULTAT	100 %
L'aspect visuel	
Précision du texte	60 - 70
Respect du code d'imprimerie	20
Respect des conventions	20 - 10
LA REALISATION	100 %
L'aspect technique	
Méthode de travail	50 - 60
Respect des consignes	20 - 30
Temps alloué	10 - 20

EVALUATION D'UN TEST DE VITESSE ET PRECISION

1. CRITÈRE D'ÉVALUATION: "VITESSE"

3^e année			
Cote /10	1^{er} novembre	1^{er} mars	1^{er} juin
	1 min.	2 min.	2 min.
10 points	11 mots/min.	13 mots/min.	15 mots/min.
8 points	9 mots/min.	11 mots/min.	13 mots/min.
6 points	7 mots/min.	9 mots/min.	11 mots/min.
5 points	6 mots/min.	8 mots/min.	10 mots/min.
4 points	5 mots/min.	7 mots/min.	9 mots/min.
2 points	3 mots/min.	5 mots/min.	7 mots/min.
0 point	- de 3 mots/min.	- de 5 mots/min.	- de 7 mots/min.

4^e année			
Cote /10	1^{er} novembre	1^{er} mars	1^{er} juin
	3 min.	3 min.	3 min.
10 points	17 mots	19 mots	21 mots
9 points	16 mots	18 mots	20 mots
8 points	15 mots	17 mots	19 mots
7 points	14 mots	16 mots	18 mots
6 points	13 mots	15 mots	17 mots
5 points	12 mots	14 mots	16 mots
4 points	11 mots	13 mots	15 mots
3 points	10 mots	12 mots	14 mots
2 points	9 mots	11 mots	13 mots
1 point	8 mots	10 mots	12 mots
0 point	- de 8 mots	- de 10 mots	- de 12 mots

CALCUL DE LA VITESSE

Nombre de frappes – (nombre de fautes x 6) = nombre de mots/minute
 Temps x 6

2. CRITÈRE D'ÉVALUATION: "PRÉCISION"

3 ^e année			
Cote /10	Pourcentage d'erreurs	Cote /10	Pourcentage d'erreurs
10 points	0 %	4 points	2,4 %
9 points	0,4 %	3 points	2,8 %
8 points	0,8 %	2 points	3,2 %
7 points	1,2 %	1 point	3,6 %
6 points	1,6 %	0 point	4 %
5 points	2 %		

4 ^e année			
Cote /10	Pourcentage d'erreurs	Cote /10	Pourcentage d'erreurs
10 points	0 %	4 points	1,2 %
9 points	0,2 %	3 points	1,4 %
8 points	0,4 %	2 points	1,6 %
7 points	0,6 %	1 point	1,8 %
6 points	0,8 %	0 point	2 %
5 points	1 %		

CALCUL DE LA PRECISION

$$\frac{\text{Nombre de fautes} \times 100}{\text{Nombre de frappes}} = \dots \% \text{ d'erreurs}$$

INFRASTRUCTURE ET EQUIPEMENT

L'élève dispose de son poste de travail de manière continue. En vue de l'évaluation, les résultats sont imprimés régulièrement.

Les directives européennes relatives au travail sur écran de visualisation et l'Arrêté royal du 27 août 1993 relatif au travail sur des équipements à écrans de visualisation (M.B. 93 09 07) sont respectés en ce qui concerne la position de l'opérateur face au poste de travail.

Celui-ci doit disposer d'un espace de travail suffisant. Un porte-documents placé à côté de l'écran améliore la rentabilité et permet le respect de l'ergonomie.

Il est conseillé d'organiser l'ensemble des cours de Bureautique dans une "classe-bureau" équipée notamment de (d'):

- un ordinateur par élève (Pentium),
- imprimantes,
- perforatrice,
- matériel didactique de référence (dictionnaires, didacticiel d'apprentissage du clavier, ...).

BURO 1**L'ORDINATEUR ET LE CLAVIER ALPHANUMERIQUE**

ACTIVITES	CONTENUS	INDICATEURS DE MAITRISE DES COMPETENCES
BUREAUTIQUE 1. A partir d'une présentation visuelle, identifier les composants de l'ordinateur et les différents périphériques.	Le matériel informatique: <ul style="list-style-type: none">▫ l'unité centrale,▫ les unités d'enregistrement des informations,▫ le moniteur,▫ le clavier,▫ la souris,▫ l'imprimante.	
SYSTEME D'EXPLOITATION WINDOWS 2. Mettre en pratique les principales fonctions du système d'exploitation (Windows,...). 3. A partir de consignes: <ul style="list-style-type: none">▫ identifier dossiers et fichiers,▫ afficher l'arborescence d'un dossier,▫ afficher le contenu d'un dossier,▫ ouvrir un fichier enregistré,▫ créer un fichier dans un dossier.	Le bureau de Windows: <ul style="list-style-type: none">▫ le poste de travail,▫ la corbeille,▫ les icônes. Les applications: <ul style="list-style-type: none">▫ les fenêtres,▫ les menus,▫ les barres d'outils. L'Explorateur de Windows: <ul style="list-style-type: none">▫ les déplacements du curseur (la souris),▫ l'arborescence,▫ le contenu des dossiers,▫ la consultation des données,▫ la création d'un fichier.	Selon les consignes données: <ul style="list-style-type: none">▫ ouvrir une application de Windows;▫ exécuter les consignes en respectant les procédures adéquates;▫ terminer la session de travail.

ACTIVITES	CONTENUS	INDICATEURS DE MAITRISE DES COMPETENCES
<p>4. Démarrer le logiciel de traitement de texte et/ou le didacticiel d'apprentissage du clavier et terminer la session de travail en respectant les procédures adéquates.</p> <p>5. Au départ d'un texte pré-enregistré, l'élève est capable de déplacer le curseur d'une manière efficace.</p>	<p>L'écran du logiciel:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▫ les différentes zones, ▫ les outils, ▫ la zone de saisie. <p>Les procédures d'ouverture et de fermeture d'une application.</p> <p>Les déplacements du curseur au moyen:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▫ de la souris, ▫ des touches directionnelles, ▫ des touches <i>Home, End, Page Up, Page Down</i>. <p>L'insertion et l'effacement de caractères, au moyen des touches:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▫ <i>Delete</i>, ▫ <i>Rappel arrière</i>, ▫ <i>Enter</i>. 	
<p>CLAVIER</p> <p>6. Saisir des mots et phrases à l'aveugle et avec les dix doigts selon:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▫ un rythme imposé, ▫ un rythme personnel. <p>7. Enregistrer le fichier dans le dossier adéquat.</p> <p>Imprimer le fichier.</p>	<p>L'étude du clavier:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▫ évaluation et mémorisation des distances et des directions de l'emplacement des touches par rapport aux touches-repères AZER UIOP; ▫ exercices d'apprentissage. <p>La sauvegarde et l'impression des données.</p>	<p>L'élève réalise un minimum de 20 lignes d'exercices libres, en utilisant le doigté correct et en adoptant la position adéquate.</p> <p>L'autocorrection est prévue.</p>

ACTIVITES	CONTENUS	INDICATEURS DE MAITRISE DES COMPETENCES
<p>8. A partir de phrases ou d'un petit texte:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▫ rétablir les espacements correspondant aux signes de ponctuation et aux signes spéciaux; ▫ placer, de manière adéquate, les majuscules au début d'une phrase, dans un titre, dans les noms propres d'utilisation courante; ▫ appliquer le format de la représentation des nombres (numéros, sommes, dates, quantités, début de phrase). 	<p>Les règles d'édition associées aux caractères étudiés:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▫ la ponctuation et les règles d'espacement; ▫ l'emploi courant des majuscules (au début d'une phrase, dans un titre, dans les noms propres); ▫ les symboles mathématiques et les signes spéciaux du clavier alphanumérique. 	<p>Au départ d'un fichier préalablement encodé par le professeur, l'élève corrige et applique \pm 20 règles d'édition relatives aux espacements, et à l'emploi des majuscules.</p> <p>Le fichier est imprimé et sauvegardé dans le é- pertoire indiqué.</p>
<p>TRAITEMENT DE TEXTE</p> <p>9. Utiliser les fonctions élémentaires d'un logiciel de traitement de texte.</p>	<p>La sélection de mots, de phrases et paragraphes pour:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▫ le soulignement, ▫ le gras. <p>L'insertion et la suppression d'interlignes et d'espacements.</p> <p>L'impression du document.</p>	<p>A partir de consignes, utiliser les fonctions de mise en évidence en respectant les procédures adéquates.</p>
<p>VITESSE ET PRECISION</p> <p>10. Réaliser des exercices d'évaluation de la maîtrise du clavier.</p>		<p>Dactylographier, à l'aveugle et en utilisant le doigté correct, un exercice de 120 frappes en 2 minutes, en adoptant la position adéquate.</p> <p>L'autocorrection est permise pendant le temps imparti. Le pourcentage d'erreurs toléré est de 2 % maximum.</p>

CONSEILS METHODOLOGIQUES

LES OUTILS BUREAUTIQUES (LE MATERIEL ET LE GESTIONNAIRE DE FICHIERS)

Chaque élève doit disposer de son propre poste de travail.

Il est recommandé d'utiliser le gestionnaire de fichiers pour l'archivage des fichiers et la personnalisation de l'environnement de travail. Les documents seront enregistrés sur le disque dur; l'unité périphérique servira aux copies de sécurité.

Le professeur aidera l'apprenant à:

- développer des compétences de savoir-faire et de savoir-être;
- travailler de manière logique;
- respecter rigoureusement les procédures, notamment pour l'enregistrement et la récupération des fichiers.

LA SAISIE OU L'ENCODAGE AU CLAVIER

L'apprentissage du clavier s'effectue sur ordinateur. La rangée repère est "azer". L'utilisation des dix doigts permet de créer des repères et d'utiliser le clavier sans le regarder. En effet, seule la méthode "aveugle" permet de progresser en rapidité d'exécution. Cette méthode permet de respecter un maintien conforme aux règles d'ergonomie.

Deux heures d'apprentissage pour l'étude de deux touches est un temps minimum. Eventuellement, ce temps pourra être prolongé pour l'étude des touches-repères, de "b" et "n", "c" et ";"...

Une période de cours se divise en trois: un temps de révision et d'évaluation spatiale, un temps d'exercices dirigés et rythmiques (10 à 15 minutes), un temps réservé aux exercices libres.

Les exercices d'une leçon sont présentés selon un ordre de difficulté progressif.

Dès le début de l'apprentissage, le professeur fera preuve de vigilance quant à l'acquisition des gestes et du maintien. L'apprentissage repose sur l'évaluation spatiale; il s'agit de mémoriser les directions qui existent entre les touches-repères et les autres touches.

L'utilisation d'un didacticiel d'apprentissage du clavier est recommandée en qualité d'outil pédagogique. Celui-ci peut remplacer les exercices dirigés et rythmiques mais il ne peut être considéré comme le seul outil. L'élève doit être amené à effectuer des exercices de manière libre en fixant son regard sur un support écrit. L'étude simultanée avec des exercices libres d'application est donc conseillée. En méthode d'apprentissage traditionnelle, l'utilisation d'un cache-clavier est recommandée.

Le professeur amènera l'apprenant à:

- manipuler le matériel informatique dans le respect des procédures,
- adopter un maintien correspondant aux normes de l'inspection du travail et des recommandations européennes,
- acquérir une méthode de travail et un objectif d'efficacité et de précision,
- appliquer strictement une consigne,
- avoir une attitude responsable face à son apprentissage,

L'EVALUATION

L'évaluation formative joue un rôle primordial dans l'acquisition de la compétence.

En début d'apprentissage, le professeur doit placer l'accent sur la méthode de travail et non sur l'erreur commise. Les fautes ne constitueront donc pas un critère d'évaluation; elles peuvent être corrigées en utilisant la méthode appropriée.

L'évaluation certificative porte sur l'utilisation du matériel et le respect des procédures, la méthode de travail, la gestion du temps, le respect des consignes et la correction des erreurs. Lors d'un exercice d'évaluation, les erreurs non corrigées sont pénalisées.

ACTIVITES	CONTENUS	INDICATEURS DE MAITRISE DES COMPETENCES
CLAVIER - PERFECTIONNEMENT 1. Saisir des phrases longues contenant des chiffres et des symboles courants.	L'utilisation courante des chiffres, des symboles mathématiques, et les signes spéciaux du clavier alphanumérique.	Saisir des phrases longues en respectant les règles relatives: <ul style="list-style-type: none"> ▫ à l'emploi des majuscules, ▫ aux signes de ponctuation, ▫ aux signes spéciaux.
MISE EN PAGE 2. Saisir et présenter, selon le style américain, un texte simple en respectant les règles d'édition et les principes de disposition. 3. Saisir et présenter, selon le style américain, un texte justifié comportant un titre, plusieurs paragraphes et la source.	<p>Les règles d'édition:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▫ le titre, ▫ la présentation du texte, ▫ les règles de coupures de mots, ▫ la césure automatique. <p>Les principes de disposition du style américain:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▫ le titre, ▫ les paragraphes, ▫ la source. 	<p>Saisir et présenter un petit texte en respectant:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▫ les principes de disposition, ▫ les consignes de travail, ▫ la méthode à l'aveugle et des 10 doigts. <p>La correction des erreurs est prévue dans le temps imparti.</p> <p>Enregistrer et imprimer le document.</p> <p>Les critères d'évaluation seront établis sur base du tableau de référence précité.</p>

ACTIVITES	CONTENUS	INDICATEURS DE MAITRISE DES COMPETENCES
<p>4. Présenter différents documents:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▫ feuilles intercalaires du classeur, ▫ menus, poèmes ... <p>TRAITEMENT DE TEXTE</p> <p>5. Lors de la disposition de textes, utiliser les fonctions de base du traitement de texte.</p>	<p>Les modifications des polices et tailles de caractères.</p> <p>L'alignement des paragraphes (gauche, droit, centré, justifié).</p>	<p>Respecter les procédures d'utilisation du logiciel.</p>
<p>VITESSE ET PRECISION</p> <p>6. Réaliser des exercices d'évaluation de la maîtrise du clavier.</p>		<p>Dactylographier, en utilisant le doigté correct, un exercice de 240 frappes en 3 minutes, en adoptant la position adéquate.</p> <p>L'autocorrection est permise.</p> <p>L'évaluation sera faite en fonction des critères "vitesse" et "précision" définis dans le chapitre "<i>Considérations méthodologiques générales</i>".</p>

CONSEILS METHODOLOGIQUES

Les compétences en matière de saisie au clavier par la méthode professionnelle seront réactivées de manière systématique et régulière tout au long de l'apprentissage.

Les activités d'apprentissage associeront les fonctions du traitement de texte à l'étude de la présentation des documents. Il habituera l'élève à utiliser judicieusement les boutons "Annuler" et "Rétablir".

Les travaux seront classés selon les principes idéologique et chronologique - exemple: théorie, mise en page de textes, entraînement à la vitesse et à la précision, ...

Les intercalaires peuvent être réalisés en classe.

Le professeur amènera l'apprenant à développer:

Saisie et présentation de documents

- l'observation et la concentration lors de la reproduction exacte d'un texte,
- la rigueur dans le respect des normes d'édition et de présentation,
- le souci de la précision et de l'autocorrection.

Classement des travaux

- l'ordre et la méthode,
- le soin lors de la perforation des documents.

BURO 3**INITIATION A LA MISE EN PAGE DU COURRIER**

ACTIVITES	CONTENUS	INDICATEURS DE MAITRISE DES COMPETENCES
MISE EN PAGE <ol style="list-style-type: none">1. Saisir et présenter, selon la disposition "Bloc à la marge", une lettre commerciale comportant les éléments essentiels.2. Récupérer et modifier une lettre pré-enregistrée en y insérant des mentions utiles.3. Enregistrer le nouveau fichier sous un autre nom.	<p>Les cinq parties indispensables d'une lettre d'affaires.</p> <p>L'organisation des zones de la lettre.</p> <p>La présentation des éléments:</p> <ul style="list-style-type: none">▫ la date,▫ la suscription,▫ la vedette,▫ le corps de la lettre,▫ la souscription. <p>Les mentions utiles d'une lettre:</p> <ul style="list-style-type: none">▫ l'objet,▫ les références,▫ l'annexe.	<p>En respectant la frappe à l'aveugle et les règles de disposition, saisir et présenter une lettre commerciale simple selon la disposition "bloc à la marge" en reproduisant un modèle, dans le respect:</p> <ul style="list-style-type: none">▫ des procédures informatiques,▫ des consignes de travail. <p>La correction des erreurs est prévue avant l'impression du document.</p> <p>A partir d'un premier courrier et de consignes:</p> <ul style="list-style-type: none">▫ distinguer, interpréter et insérer les références du destinataire et de l'expéditeur;▫ déterminer le nombre de pièces jointes à la lettre de réponse et présenter correctement la rubrique;▫ mettre une mention en évidence (dans un encadré);▫ présenter correctement la lettre de réponse.

ACTIVITES	CONTENUS	INDICATEURS DE MAITRISE DES COMPETENCES
<p>4. Dans le cadre de la constitution d'un petit dossier, adapter la présentation de la lettre en fonction d'un en-tête et des renseignements pré-imprimés.</p> <p>TRAITEMENT DE TEXTE</p> <p>5. Utiliser les fonctions élémentaires du traitement de texte.</p>	<p>L'emplacement des zones de la lettre commerciale.</p> <p>Les fonctions du traitement de texte:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▫ récupérer un fichier; ▫ "enregistrer sous"; ▫ les paramètres élémentaires d'impression: nombre d'exemplaires; ▫ l'encadré. 	<p>A partir de consignes:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▫ retrouver un fichier enregistré, ▫ modifier et enregistrer le document; ▫ imprimer les documents.
<p>VITESSE ET PRECISION</p> <p>6. Réaliser des exercices d'évaluation de la maîtrise du clavier.</p>	<p>Dactylographier, en utilisant le doigté correct, un exercice de 290 frappes en 3 minutes, en adoptant la position adéquate.</p> <p>L'autocorrection est permise.</p> <p>L'évaluation sera établie en fonction des critères "vitesse" et "précision" définis dans le chapitre "<i>Considérations méthodologiques générales</i>".</p>	

CONSEILS METHODOLOGIQUES

Les documents proposés aux élèves auront un caractère commercial; le professeur veillera à la compréhension du contenu.

L'étude des fonctions du traitement de texte sera associée à la présentation du courrier. La chronologie des apprentissages liés au logiciel est laissée à l'appréciation du professeur.

EVALUATION

Traitement de texte

L'acquisition d'une nouvelle notion (de mise en page ou d'une fonction informatique) fera d'abord l'objet d'une évaluation formative.

Des exercices de synthèse feront l'objet d'une évaluation certificative qui tiendra compte:

- de la méthode de travail,
- de l'exactitude des éléments et de la mise en page,
- du respect des consignes,
- du respect du temps imparti,
- des erreurs non corrigées.

Les critères d'évaluation et de cotation seront communiqués aux étudiants. Parmi les conditions imposées, il doit être précisé que la consultation des notes est permise.

Dactylographie

L'évaluation de la progression de la vitesse se fera de manière régulière en fonction des critères "vitesse" et "précision" définis dans le chapitre "Considérations méthodologiques générales".

BIBLIOGRAPHIE

TRAITEMENT DE TEXTE

F. LIPMANNE, *Rationalisation des règles de dactylographie et d'édition par ordinateur*
Ministère de l'Education, de la Recherche et de la Formation
Centre technique de l'Enseignement de la Communauté française
route de Bavay 2b, 7080 FRAMERIES - ① 065 66 73 22

F. LIPMANNE, *L'AZER de la dactylographie - AZERDIDAC*
Manuel et didacticiel d'apprentissage du clavier
Ed. Labor, Bruxelles - ① 02 240 05 70

F. LIPMANNE, *Le Courier – Communication et bureautique*
Manuel et logiciel de contrôle de vitesse
Ed. Labor, Bruxelles

F. LIPMANNE, *La disposition des textes*, Dossier secrétaire, tome 2
Ed. Labor, Bruxelles

A. LEMAIRE, *Windows 98 et Word 97*, Niveau 1
CAF, La Neuville 1, 4500 TIHANGE - ① 085 27 13 60

A. LEMAIRE, *Word 97*, Niveau 2
CAF, La Neuville 1, 4500 TIHANGE - ① 085 27 13 60

J. JOYCE et M. MOON, *Word 2000 en un clic de souris*
Microsoft Press 1999 - Microsoft

M. DELACOUR, *Word 97 sous Windows à la portée de tous*
Ed. Bertrand-Lacoste (livre, corrigé, disquettes)

I. DAUDE, *Word 97 pour Windows, Notions de base*
Ed. Avenir Consult, 1998

V. MULLER, *Word 97*
Ed. Dunod

J.C. ARNOLDI, *WORD 97 pour Windows 95*
Ed. Foucher, Paris, 1998

C. GUEROIS & V. GUILLERME, *WORD 97*
Col. Par l'exemple, Ed. ENI

D. LE ROUZIC, *Utiliser quotidiennement WINDOWS 95 au Lycée* (livre, corrigé)
Ed. Bertrand-Lacoste, Paris, 1996

CD-ROM

Démarrer avec Windows 98. (Logiciel fourni lors de l'achat de la licence).

Formation Multimédia à Word 97 – CD Training

DIVERS

Travailler aux écrans de visualisation

Directive européenne relative au travail aux écrans de visualisation

Administration de l'hygiène et de la médecine du travail, rue Belliard 51, 1040 BRUXELLES

Mon école comme je la veux! Ses missions. Mes droits et mes devoirs.

Décret-Missions, Bruxelles, 1997.

PARTIE III

PROGRAMME DES COURS DE

DECORATION – ETALAGE

SOMMAIRE

	Pages
1. CADRE GENERAL.....	4
2. OBJECTIFS GENERAUX DU COURS.....	6
3. L'ETALAGE ET LA PROMOTION DES MARCHANDISES AU DEUXIEME DEGRE.....	7
3.1. OBJECTIFS GENERAUX DU DEUXIEME DEGRE.....	7
3.2. ARTICULATIONS METHODOLOGIQUES.....	8
3.3. L'ETALAGE – HISTOIRE ET FONCTION.....	10
3.4. L'A.B.C. DU METIER.....	13
3.4.1. LE MATERIEL DE BASE ET SON UTILISATION.....	13
3.4.2. LES GESTES SPECIFIQUES A LA PROFESSION.....	14
3.5. LE LETTRAGE, LES ETIQUETTES ET LES TECHNIQUES DE REPRODUCTION.....	15
3.6. STRUCTURES PROMOTIONNELLES DE LA MARCHANDISE.....	18
3.6.1. BUT ET PRINCIPES DE LA PROMOTION DES VENTES APPLIQUEE A L'ETALAGE.....	18
3.6.2. LES ESPACES PROMOTIONNELS DE LA MARCHANDISE.....	19
3.6.3. LES GROUPEMENTS ET DES INTERVALLES.....	20
3.7. LE PROJET D'ETALAGE (APPROCHE).....	26
3.8. LES EMBALLAGES.....	28

4. DES MOYENS.....	40
4.1. LA CHARGE DES ECOLES : L'INFRASTRUCTURE ET LE MATERIEL DE BASE.....	42
4.2. LA RESERVE DE MARCHANDISES.....	43
4.3. LA PART DE L'ELEVE.....	44
5. ORIENTATION BIBLIOGRAPHIQUE.....	45

1. CADRE GENERAL

Le présent programme de décoration-étalage au deuxième degré professionnel « Vente » prépare spécifiquement l’élève à suivre un troisième degré au sein d’une OBG « Vendeur/Vendeuse ». Il s’inscrit dans les perspectives fixées par l’article 6 du décret du 24 juillet 1997 sur les missions de l’école. Celui-ci précise: « La Communauté française, pour l’enseignement qu’elle organise, et tout pouvoir organisateur pour l’enseignement subventionné, poursuivent simultanément et sans hiérarchie les objectifs suivants :

- 1. promouvoir la confiance en soi et le développement de la personne de chacun des élèves ;*
- 2. amener tous les élèves à s’approprier des savoirs et à acquérir des compétences qui les rendent aptes à apprendre toute leur vie et à prendre une place active dans la vie économique, sociale et culturelle ;*
- 3. préparer tous les élèves à être des citoyens responsables, capables de contribuer au développement d’une société démocratique, solidaire, pluraliste et ouverte aux autres cultures ;*
- 4. assurer à tous les élèves des chances égales d’émancipation sociale. »*

Plus particulièrement, à l’égard des humanités professionnelles et techniques, le même décret prévoit en son article 39 *que le Gouvernement détermine sur proposition du Conseil général de concertation pour l’enseignement secondaire les profils de formation et les soumet à la confirmation du Parlement*. L’article 40 indique enfin *que les profils de formation sont en relation avec les profils de qualification définis par la Commission communautaire des professions et qualification, les profils de qualification décrivant les activités et les compétences exercées par des travailleurs accomplis tels qu’ils se trouvent dans l’entreprise*.

Les propositions de rédaction de ces profils de formation a donc été confiée à la Commission Communautaire des Professions et des Qualifications (C.C.P.Q.). Celle-ci a réuni des groupes de travail composés de professionnels des divers métiers concernés et de représentants des réseaux d’enseignement afin de déterminer pour chaque métier recensé les compétences et les savoirs nécessaires à l’exercice de la profession. Pour le vendeur, cette commission a, dans un premier temps, déterminé le **profil de qualification** qui est constitué par l’ensemble des fonctions, des rôles et compétences qu’assure le vendeur qualifié. Cet ensemble comporte des connaissances et des éléments de formation au travers de l’expérience professionnelle acquise « sur le tas », au cours de stages et de journées de perfectionnement qui débordent de la mission spécifique que l’école est en devoir d’assurer. Ce dernier référentiel de compétences, de savoirs et de savoir-faire constitue le **profil de formation** sur lequel doit porter la certification (certificat de qualification). Ce référentiel s’impose, dès lors, à tous les réseaux d’enseignement.

Le profil de formation du vendeur/vendeuse élaboré par la C.C.P.Q. a été approuvé par le Conseil général de concertation (inter-réseaux) puis a été successivement fixé par le Gouvernement et confirmé par le Parlement de la Communauté française. Il ne propose aucune approche méthodologique, même si l'énumération et les articulations des compétences ne sont évidemment pas neutres.

Le présent programme élaboré pour les fonctions liées à l'étalage et à la promotion des marchandises **dans la perspective de respecter ce profil de formation** vise à tirer bénéfice intégral du travail d'analyse auquel la C.C.P.Q. a procédé. Il reclasse les compétences et savoirs de base en unités rationnelles de fonctions, suggère des réflexions d'ordre méthodologique et précise au plan de certains contenus théoriques les intentions générales incluses dans le profil de formation. Distribuées dans un ordre **plus logique que chronologique**, les fonctions reprises ci-après laissent à l'enseignant une appréciable liberté pédagogique. Celui-ci devra donc avoir soin d'organiser l'acquisition progressive des compétences en intriquant judicieusement les éléments ici repris sous des objectifs séparés. De même, on remarquera que ce document réclame une perpétuelle adaptation à l'évolution du métier et des techniques.

Cette **disponibilité au changement** doit non seulement être inculquée par l'école mais être adoptée pour ses propres pratiques. Ce mouvement perpétuel de l'esprit est d'autant plus requis que la « matière » du cours est mouvante.

Ce document aborde enfin les moyens nécessaires à l'action éducative en plaçant les acteurs de la formation devant **leurs responsabilités**.

Aux directions d'école, il indique qu'un enseignement professionnel ne peut se concevoir sans un minimum de moyens en locaux et en matériel. Si l'on veut en effet sortir du bricolage institutionnalisé, donner corps à l'ambition qu'implique logiquement la méthodologie de la C.C.P.Q. et satisfaire le monde économique réclamant des collaborateurs performants, il serait temps de ne plus spéculer sur les vertus spirituelles et pédagogiques de la pauvreté où l'on confine très souvent les cours apparentés aux arts plastiques.

Aux enseignants, le programme rappelle le rôle actif qu'ils ont à assumer en matière de matériel d'étalage, notamment dans la récupération d'emballages, flacons, factices et documents qu'aucune institution ne peut collecter à leur place.

Il fixe enfin la part raisonnable qui revient à l'élève en postulant donc que c'est à travers **cet indispensable partenariat tricéphale** que peut réussir l'entreprise de formation

2.OBJECTIFS GENERAUX DE LA PROMOTION DES MARCHANDISES

Le profil de formation stipule que

Le vendeur exerce ses fonctions en magasin de détail, en boutique ou dans une surface spécialisée. Les domaines d'activité sont vastes : équipement domestique (électroménager, luminaires, meubles, TV hi-fi, vaisselle, verrerie, revêtements de sols et de murs, etc.) ; produits utilitaires (outillage, bricolage, droguerie, etc.) ; alimentation générale ; équipement des personnes (confection, hygiène, chaussures, lingerie, maroquinerie, bijoux, etc.) ; produits culturels et ludiques ; articles de luxe ; services divers, etc.

Si la fonction essentielle du vendeur/vendeuse consiste évidemment à vendre, on constate que toutes les missions que lui confère le profil de formation supposent implicitement **qu'il assure la valorisation de ce qu'il vend**. Cette compétence est par ailleurs retenue de manière explicite au sein d'une des fonctions à remplir.

Dans un certain nombre de cas, la présentation optimale de la marchandise est confiée à des étagistes professionnels. Dans beaucoup d'autres, en échange, c'est le vendeur ou la vendeuse qui doit assumer ce rôle soit de manière permanente, soit par intermittence

L'objet du présent programme est de répondre à ce besoin.

Il est conçu pour s'étendre sur les deux années du cycle à raison de 6 heures/semaine. Il vise à assurer les compétences et les savoirs et savoir-faire de base afin que les élèves puissent accéder au troisième degré « Vendeur » avec toutes les chances de réussite.

3. L'ETALAGE ET LA PROMOTION DES MARCHANDISES AU DEUXIEME DEGRE

3.1. OBJECTIFS GENERAUX DU DEUXIEME DEGRE

Assurer les bases générales théoriques et pratiques permettant au vendeur de mettre en valeur et donc de promotionner la marchandise. Celles-ci visent

- la pratique du dessin permettant l'expression correcte du projet sous forme de croquis d'étalage en perspective ou par le biais du travail sur le plan;
- la structuration de la pensée plastique au plan théorique dans le domaine des formes, des couleurs et des matières ainsi que de la mise en application judicieusement orientée de ces notions vers les finalités de l'option;
- la compréhension du sens et des techniques générales de la publicité ainsi que la compétence permettant d'assurer une présentation valorisante des produits;
- la compétence nécessaire dans le travail de lettrage et, au niveau élémentaire, de celui du drapé;
- la connaissance et l'aptitude à la mise en scène des produits, des éléments et accessoires qui apparaissent à l'étalage ou dans les rayons ;
- l'aptitude à résoudre un certain nombre de problèmes particuliers posés par la présentation de certains produits n'appelant pas une compétence poussée (secteur alimentaire, parfumerie, droguerie, linge de maison, etc.). On constituera ainsi la base du métier dans son aspect promotionnel ;
- la connaissance, la mise en œuvre et la maîtrise progressive d'un certain nombre d'outils et de matériaux en usage dans la profession;
- la capacité à constituer des dossiers de documentation, à élaborer et à maîtriser les données d'un projet ;
- la réalisation de petits éléments d'étalage respectueux des proportions et du caractère des vitrines ;
- à susciter le goût de l'information, de la recherche et du renouvellement

L'attention des professeurs est attirée sur le fait que l'évolution successive de sections d'étalage vers des sections de vente-étalage puis enfin vers des sections « vente » a modifié de manière importante les finalités de celles-ci. Moins axées dorénavant sur la réalisation et la mise en place de décors, ces sections privilégient désormais l'activité économique au détriment de la formation plastique pure. Ceci ne signifie évidemment pas que l'efficacité commerciale ne réclame pas l'exercice aussi valorisant que possible de la promotion des marchandises dont le présent programme se propose de définir la base et la méthode.

3.2. ARTICULATIONS METHODOLOGIQUES

- Généralement attribué à un professeur d'arts plastiques, le cours d'étalage-promotion des marchandises, même s'il fait appel à des compétences plastiques à valeur générale, porte pourtant bien ailleurs pour sa part essentielle.
Quelle que soit donc la propension naturelle de l'enseignant(e) à accrocher son action à sa formation initiale ou à ce qu'il connaît le mieux, il faut d'entrée de jeu indiquer que tout ce qui se travaillera au cours d'étalage-promotion des marchandises doit s'articuler sur des situations immédiatement en rapport avec l'orientation professionnelle poursuivie.
Foin donc d'exercices à vocation plus ou moins décorative faisant avant tout référence à des notions de dessin artistique et à la part cognitive touchant à l'agencement des formes et des couleurs qui ont trop souvent trouvé leur place sans grandes modifications dans d'autres orientations telles que l'habillement, la coiffure, le service aux personnes, etc. ;
Dans la perspective professionnelle voulue par le Décret-missions, c'est donc en symbiose directe et **en puisant son sens dans l'exercice pratique du métier** qu'il conviendra de penser et de construire le cours.
Ceci signifie que les enseignant(e)s - et en particulier les jeunes nouvellement désignés dans de telles sections - doivent consentir immédiatement des efforts importants pour adapter leurs objectifs et leur méthodologie ;
- L'enseignement au 2ème degré vise à assurer les bases du métier de vendeur ou de la vendeuse sous l'angle de la promotion des marchandises. Cet enseignement comporte un certain nombre de notions précises qu'il faut théoriser et conceptualiser. La tentation serait forte de privilégier, voire de réduire cet enseignement à cette part cognitive alors que celui-ci doit s'accompagner de la mise en œuvre concrète des formes, couleurs et matériaux associés au sein de **problèmes d'étalage**. Le professeur veillera donc à constamment fonder les acquis théoriques sur des réponses directes à des situations-problèmes, sur des observations face à des étalages réels ou proposés par l'élève et sur l'expérimentation.
- La structure ci-dessous adoptée ne dissocie pas la technologie de la pratique. Tout en comprenant que ces aspects méritent parfois le recours à des temps d'enseignement séparés, il est expressément indiqué que ces deux aspects doivent s'intriquer le plus profondément et le plus souvent possible.
- Il est essentiel que l'élève dispose de notes (ou, s'il en existait, d'un bon d'un manuel) synthétisant sous forme de textes et d'images l'essentiel de ce qu'il doit connaître.

- L’enseignement de l’étalage est largement tributaire des saisons, des circonstances de lieu et d’époque ainsi que des événements. Tous en motivent les changements. Aucun thème ne saurait être imposé dans un programme. Il n’en demeure pas moins que l’enseignant doit prendre en compte la gradation des difficultés et, autant que faire se peut, développer la réflexion de manière ordonnée.
- La pratique de l’étalage implique l’usage d’accessoires et de matériaux très divers dont il n’est pas toujours possible de disposer dans le cadre des budgets scolaires. Le professeur veillera à se montrer créatif en usant de matériaux, ustensiles et objets de récupération.
- Le local nécessité par la formation à l’étalage et à la promotion de la marchandise pourra avantageusement être conçu dans l’optique d’une classe-atelier. Des boxes-podiums de présentation de la marchandise ainsi que des accessoires d’étalage, des échantillons variés d’objets et d’emballages divers sont **absolument indispensables** (voir chapitre traitant des moyens). Dans la mesure du possible, les fenêtres de cet atelier pourront être utilisées en vitrines de magasin ;
- Pour chaque secteur de marchandise - notamment pour le textile - l’élève sera lui-même associé à la réunion des éléments dont il est amené à assurer la présentation ;
- Dans une perspective professionnelle, le professeur requerra progressivement un **maximum de soin** et un **respect exact des délais** dans l’exécution des travaux ;
- Présentées dans un ordre aussi logique que possible, les compétences visées dans les chapitres suivants ne s’acquerront pour la plupart pas une à une mais de manière spirale (en revenant toujours sur les mêmes notions et par approfondissement). Le professeur ne cherchera donc pas à épuiser un chapitre avant de passer à l’autre mais à créer des situations d’enseignement permettant peu à peu les acquisitions nécessaires.
- Bien que la chose aille de soi compte tenu des éléments matériels à mettre en œuvre, l’attention de Mesdames et Messieurs les Chefs d’établissement est attirée sur la nécessité de disposer à l’horaire de « blocs cours » de trois heures.

3.3. L'ETALAGE - HISTOIRE ET FONCTION

OBJECTIFS : Faire comprendre l'importance historique et économique de la promotion des marchandises, montrer comment celle-ci s'est exercée, illustrer le fait que sa conception a évolué au cours des siècles et qu'elle se profile toujours aujourd'hui en termes différenciés selon les types de commerce, les espaces promotionnels, le calendrier, la mode et l'évolution des techniques

COMPETENCES : Compréhension générale des conditions d'exercice, du sens du travail induit par la présentation commerciale efficace des marchandises.

CONTENUS OPERATIONNELS ET SAVOIR-FAIRE	CONTENUS ASSOCIES	SITUATIONS D'APPRENTISSAGE	INDICATEURS DE MAITRISE DES COMPETENCES
<ul style="list-style-type: none"> Prendre la mesure de l'évolution des techniques d'étalage (l'étal, la caravane, la montre, l'étalage, les stands, l'éclairage, le décor, les techniques particulières, etc. Rôle général de la publicité dans la vie quotidienne et évolution des techniques publicitaires. L'étalage comme publicité sur les points de vente, lien direct entre la publicité et la vente 	<ul style="list-style-type: none"> L'évolution des moyens techniques (Ex.: apparition de l'éclairage artificiel au gaz puis électrique ; importance des surfaces vitrées ; apparition du fil nylon ; évolution des mannequins, etc.) Les buts de l'étalage (vendre plus, renseigner, faire de la publicité pour le magasin, inviter à entrer). 		<ul style="list-style-type: none"> L'apprenant <ul style="list-style-type: none"> définit les rôles de l'étalage commercial (publicité sur les points de vente - PLV); compare les spécificités (avantages, limites) de différents étalages (de plancher, de comptoir, de vitrine, gondole, linéaire, saisonnier, etc.)
Identifier les différents types d'étalage et leur impact commercial.	Les structures fixes et mobiles de l'étalage. L'étalage fermé ou ouvert. Les décors et accessoires	<ul style="list-style-type: none"> Faire un relevé des différents types d'étalage au sein d'une ville, d'un quartier, d'un zoning commercial, d'une grande surface ou d'une rue ; 	

CONTENUS OPERATIONNELS ET SAVOIR-FAIRE	CONTENUS ASSOCIES	SITUATIONS D'APPRENTISSAGE	INDICATEURS DE MAITRISE DES COMPETENCES
		<ul style="list-style-type: none"> • Identifier des étalages <ul style="list-style-type: none"> • utilitaires (visent la vente); • de prestige • courants (documentaires, publicitaires, informatifs, de service, touristique, etc.) ; • Illustrer (photos de revues, documents, etc.) des termes tels qu'étal, étalage de comptoir, gondole, tête de banc, étalage promotionnel, saisonnier, etc. • Visites en ville et en magasin ; • Collecte de documents ; • Réalisation de lettrages à destination d'étalage 	
<ul style="list-style-type: none"> • Les aptitudes requises pour la promotion des marchandises. 	<ul style="list-style-type: none"> • La mise en œuvre cohérente des moyens plastiques à l'égard de <ul style="list-style-type: none"> • la composition ; • l'organisation de l'espace, de la couleur, des masses et proportions, de l'éclairage 		

CONTENUS OPERATIONNELS ET SAVOIR-FAIRE	CONTENUS ASSOCIES	SITUATIONS D'APPRENTISSAGE	INDICATEURS DE MAITRISE DES COMPETENCES
	<ul style="list-style-type: none"> • Les qualités spécifiques touchant <ul style="list-style-type: none"> • l'imagination permettant le renouvellement, l'originalité, l'impact, le goût ; • l'ordre, la méthode de travail, le sens de l'organisation ; • l'habileté manuelle, le soin, la propreté et le respect des marchandises ; • les techniques d'étalage ordinaires 		

3.4. L'A.B.C. DU METIER

3.4.1. LE MATERIEL DE BASE ET SON UTILISATION

OBJECTIFS : Connaître avant toute utilisation en situation simulée (sur podium, par exemple) ou réelle (en stage ou au sein d'une vitrine à usage scolaire) les outils indispensables à l'étalage et à la promotion de la marchandise ainsi que les espaces (vitrines, gondoles, présentoirs, bustes, mannequins, etc.) où ils trouvent à s'exercer.

COMPETENCES : Usage rationnel des outils - Assurance de sécurité

NOTE METHODOLOGIQUE : On « drillera » les élèves à choisir les outils les plus appropriés, à en user correctement dans le respect du mobilier environnant (découpe d'un carton au cutter) et à respecter les règles de sécurité (pas de ciseaux dans les poches par ex.).

CONTENUS OPERATIONNELS ET SAVOIR-FAIRE	CONTENUS ASSOCIES	SITUATIONS D'APPRENTISSAGE	INDICATEURS DE MAITRISE DES COMPETENCES
<ul style="list-style-type: none">Manier efficacement les outils de base (pince coupante, épingles, agrafeuse, marteau, fil de nylon, porte-épingles, tenue nécessaire) pour présenter la marchandise.Connaissance (technologie)<ul style="list-style-type: none">des différents présentoirs et de leurs usagesdes bustes et mannequinsdes conditions de travail à l'étalage (tabouret de sécurité, échelle)	<ul style="list-style-type: none">Usage rationnel des outilsConnaissance des principaux noeuds utilisés à l'étalage ;	<ul style="list-style-type: none">Fixation d'épingles sur une plancheIdem : agrafage dans des positions inconfortablesTravail du noeud à l'aide de grosses cordesFixation de fils nylon.	<p>L'apprenant peut</p> <ul style="list-style-type: none">réaliser les noeuds ordinairement utilisés pour accrocher la marchandise.

3.4.2. LES GESTES SPECIFIQUES LIES A LA PROFESSION

OBJECTIFS : Mettre en œuvre dans les meilleures conditions d'efficacité les outils nécessaires à la promotion des marchandises en respectant l'intégrité de celle-ci.

COMPETENCES : Connaissance et dextérité nécessaires à l'accrochage optimisant mais soucieux de l'intégrité de la marchandise.

NOTE METHODOLOGIQUE : La compétence induite par une première approche technologique, après démonstration et même après des applications pratiques ne saurait être tenue pour acquise. Après ce premier enseignement, il conviendra donc de contrôler les acquis et d'exiger que les gestes soient précis, efficaces et **naturels**. Il est donc certain qu'il faudra **répéter sans cesse** les mêmes consignes d'usage et de prudence

CONTENUS OPERATIONNELS ET SAVOIR-FAIRE	CONTENUS ASSOCIES	SITUATIONS D'APPRENTISSAGE	INDICATEURS DE MAITRISE DES COMPETENCES
<ul style="list-style-type: none"> Appliquer les techniques d'épinglage élémentaires Suspension correcte des pancartes et des décors Présentation simple de vêtements par épingle, pliage et ajustement des vêtements. 	<ul style="list-style-type: none"> Placement des épingles aux endroits appropriés Utilisation du fil nylon Utilisation élémentaire des bustes et mannequins. 	<ul style="list-style-type: none"> Pose des épingles dans un vêtement, une chaussure ou un article de maroquinerie en prenant les précautions nécessaires pour respecter la marchandise. Suspendre une ou plusieurs pancartes ou affiches à l'étalage à l'aide de fil nylon Présenter <ul style="list-style-type: none"> • à plat ; • sur grille ; • sur buste (aborder) avec mise en relief à l'aide d'accessoires et de décors adaptés 	<p>L'apprenant</p> <ul style="list-style-type: none"> • sait présenter un vêtement sans le déformer ou l'endommager ; • piquer une étiquette dans un sac de cuir ou une chaussure sans l'endommager • suspendre correctement une affiche

3.5. LE LETTRAGE, LES ETIQUETTES ET LES TECHNIQUES DE REPRODUCTION

OBJECTIFS : Permettre au vendeur ou à la vendeuse de réaliser manuellement ou à l'aide d'un ordinateur les étiquettes nécessaires à la promotion de la marchandise.

COMPETENCES :

- Maîtriser l'écriture normalisée à main levée. Pouvoir en interpréter la graphie de manière cohérente et parfaitement justifiée au sens typographique ;
- Utiliser les fonctions de base d'un logiciel de traitement de texte permettant la réalisation de lettrages attrayants.

NOTE METHODOLOGIQUE : La maîtrise du lettrage réclame une habileté qui est lente à acquérir. Compte tenu du caractère systématique et rigoureux des exercices, on ne visera certainement pas à vouloir construire les compétences en une série de séquences compactes. En fait, le long apprentissage du lettrage devra occuper tout le deuxième degré (surtout) et, dans une moindre mesure, s'étaler sur le troisième (Vendeur/Vendeuse). A l'issue de celui-ci, la compétence pourra réellement être certifiée. Passé l'enseignement des disciplines de base, le professeur saisira toute occasion pour motiver et améliorer les performances.

CONTENUS OPERATIONNELS ET SAVOIR-FAIRE	CONTENUS ASSOCIES	SITUATIONS D'APPRENTISSAGE	INDICATEURS DE MAITRISE DES COMPETENCES
<ul style="list-style-type: none">• Maîtriser l'écriture normalisée	<ul style="list-style-type: none">• Capitales, chiffres et bas de casse• L'écriture normalisée étant maîtrisée, réalisation des pleins et des déliés en écriture cursive (caroline) à l'aide du marqueur biseauté ;• Notion de style dans l'écriture• Dextérité dans la manipulation des outils de traçage et de découpage.	<ul style="list-style-type: none">• Usage du cahier d'écriture et de lignes guides• Entraînement systématique aux pleins et déliés ; proportions de la lettre ;	<ul style="list-style-type: none">• A partir d'un projet simple de pancartage et d'étiquetage, à l'aide des matériaux, instruments et matières premières, l'apprenant(e) fait un choix adapté<ul style="list-style-type: none">• du style et des dimensions des lettres ;• du support et des matériaux à employer.

CONTENUS OPERATIONNELS ET SAVOIR-FAIRE	CONTENUS ASSOCIES	SITUATIONS D'APPRENTISSAGE	INDICATEURS DE MAITRISE DES COMPETENCES
<ul style="list-style-type: none"> Structurer le texte 	<ul style="list-style-type: none"> Notions d'intention organisatrice dans la mise en page des textes (en drapeau aligné à gauche ou à droite, centré, etc.) Règles d'espacement Rapports des vides et des pleins, des zones animées et des zones de repos ; Lisibilité du texte ; « Oeil » de la lettre ; approche au sens typographique Notion de « bloc typographique » 	<ul style="list-style-type: none"> Confection d'étiquettes de formats divers pour des produits divers Pancartes rapides pour ventes promotionnelles ; 	<ul style="list-style-type: none"> Les lignes-guides sont appropriées aux dimensions. Les caractères sont bien visibles. La composition et la finition sont de qualité
<ul style="list-style-type: none"> Connaissance des supports 	<ul style="list-style-type: none"> Caractéristiques des divers supports papier et carton (papiers divers, bristol, kraft, journal, kromkote, plume, etc.) Connaissance des sortes d'étiquettes (textile, en étoile, nuage, etc.), des différents pistolets à étiquetage ; Rapports de l'écriture et de la distance de lecture Méthodes d'accrochage des pancartes et étiquettes (push pins, velcro, autocollant double face, aimants, ventouse, pistolet à colle, silicone, etc.) 	<ul style="list-style-type: none"> Etant donné une situation concrète précise (style de magasin, distance de l'élément à vendre, etc.), réaliser un étiquetage correct et choisir un support adéquat 	<ul style="list-style-type: none"> L'élève peut choisir les supports appropriés à des situations concrètes. Il choisit et applique judicieusement la technique d'accrochage appropriée.

CONTENUS OPERATIONNELS ET SAVOIR-FAIRE	CONTENUS ASSOCIES	SITUATIONS D'APPRENTISSAGE	INDICATEURS DE MAITRISE DES COMPETENCES
<ul style="list-style-type: none"> Composer des lettrages simples à l'aide de l'ordinateur 	<ul style="list-style-type: none"> L'ensemble des fonctions principales d'un logiciel de traitement de texte Les différentes polices de caractères 	<ul style="list-style-type: none"> Mise en page de textes donnés reprenant les divers éléments d'une vitrine (Ex. : manteau, costume, gilet, chemise, foulard, cravate) et leur prix 	<ul style="list-style-type: none"> L'élève peut se servir des diverses fonctions courantes d'un logiciel de traitement de texte. Il peut mettre en page de manière lisible et en choisissant le style de lettrage approprié des éléments tels que tarifs et étiquettes. Il peut importer un clip (image) en provenance du traitement de texte, d'un scanner ou d'un cédérom.
<ul style="list-style-type: none"> Reproduire un élément graphique simple (à main levée ou à l'aide d'un épiscope) 	<ul style="list-style-type: none"> Réalisation d'une anamorphose Acquisition du soin, du goût et de la précision nécessaires ; Scannage d'un document à l'ordinateur ; 	<ul style="list-style-type: none"> Agrandissement d'un logo ou d'une image simple 	<ul style="list-style-type: none"> Les éléments graphiques sont dessinés avec soin ; leur tracé est précis. La (les) couleur(s) est (sont) appliquée(s) en quantité suffisante et sans bavure.

3.6. STRUCTURES PROMOTIONNELLES DE LA MARCHANDISE

OBJECTIFS : Etablir les bases structurelles sur lesquelles les techniques d'étalage s'appuient pour provoquer l'impact visuel et l'efficacité des campagnes commerciales.

COMPETENCES : Capacité de transférer en actes de promotion un ensemble de principes de fonctionnement visuel, d'intentions plastiquement convergentes, de thématiques imposées et de techniques adéquates.

3.6.1. BUTS ET PRINCIPES GENERAUX DE LA PROMOTION DES VENTES APPLIQUEE A L'ETALAGE

L'étalage constitue un des moyens mis au service de la promotion des marchandises

Il vise à

- vendre plus (Il doit donc être attractif)
- renseigner (articles nouveaux, perfectionnement, dernières créations)
- établir la notoriété du magasin (C'est le « visage » de l'entreprise), son image visuelle, la représentation que se fait le passant du magasin ;
- inviter à entrer.

Pour parvenir à rendre l'étalage vendeur, il importe de mettre l'accent sur certains principes de base qui trouveront leur emploi dans des exercices progressivement plus complexes. Au deuxième degré, ils viseront l'analyse d'étalages commerciaux existants, les montages simples, les groupements, les complémentarités des articles et l'organisation thématique de ce qui est montré.

Au cours des diverses activités, le professeur veillera donc à toujours ramener la pensée sur quelques principes touchant à

- la **visibilité** (Dépouillement et clarté de l'étalage qui évite la surcharge) ;
- l'**unité, l'homogénéité** (L'étalage n'est pas l'inventaire du magasin ; pour être efficace, il groupe des marchandises de même catégorie) ;
- la **simplicité** (structures simples par groupement, axes directeurs, directions colorées affirmées) contribue à assurer l'impact visuel ;
- l'**originalité de la présentation** provoque naturellement l'intérêt du client ;
- la **propreté et la rigueur d'exécution** ;
- le **renouvellement et la variété des présentations**.

3.6.2. LES ESPACES PROMOTIONNELS DE LA MARCHANDISE.

OBJECTIFS : Répertorier les divers espaces permettant de montrer la marchandise, en mesurer les fonctions et en inventorier les accessoires courants.

COMPETENCES : Comprendre le rôle des différents espaces promotionnels et pouvoir se référer pratiquement à cette compréhension

NOTE METHODOLOGIQUE : Ce chapitre est essentiellement de nature technologique.

L'enseignement s'accompagne d'une bonne documentation photographique, d'une collection de photos, de notes de cours à illustrer par les élèves, de visites d'étagages, de magasins et de firmes d'accessoires spécialisés.

CONTENUS OPERATIONNELS ET SAVOIR-FAIRE	CONTENUS ASSOCIES	SITUATIONS D'APPRENTISSAGE	INDICATEURS DE MAITRISE DES COMPETENCES
<ul style="list-style-type: none">Connaître les espaces de promotion des marchandises (Etagages, présentoirs, socles, comptoirs, gondoles, etc.)Connaître les endroits les plus attractifs de l'étagage	<ul style="list-style-type: none">Connaissance des supports courants à l'étagage (socles, , pieds, porte-dépliants, mains, cônes, escaliers, têtes, cintres, penderies, bustes, torses, étagères, mannequins,Différencier ces supports des accessoires décoratifs (paravents, tulles, voiles, feutrines, paniers, tableaux, plantes, colonnes, éléments insolites, etc.	<ul style="list-style-type: none">Constituer une documentation personnelle sur les types de présentation et sur les accessoires;Collecter les catalogues de maisons spécialisées	<ul style="list-style-type: none">L'apprenant identifie clairement les différents espaces, les supports et les accessoires décoratifs de présentation. Pour présenter une marchandise déterminée, il peut faire appel aux supports et aux accessoires adéquats.

3.6.3. LES GROUPEMENTS ET LES INTERVALLES

A. L'ORGANISATION VISUELLE DE L'ETALAGE

OBJECTIFS : Apprendre intuitivement à appliquer sur des ensembles simples les lois de la structuration perceptive (Cf. : Gestaltisme - Emergence et prégnance des formes - Lois d'organisation de la perception - Effet de concentration) au travers de la promotion des marchandises.

Dans le même esprit, intégrer à cette pratique des notions telles que symétrie/asymétrie, proportions, rapports de vides et de pleins, similitude, contraste, convergence de directions, parallélisme, correspondances, étagement des masses, complémentarité, intentions colorées, etc.

COMPETENCES :

- Mettre en œuvre de manière efficace au plan de l'impact **visuel** (et relativement isolée au 2ème degré) des produits emballés, des flacons, des familles d'objets, de la lingerie, etc. ;
- Reconnaître et concevoir l'organisation **conceptuelle** des groupements (idées qui les justifient).

NOTE METHODOLOGIQUE : L'organisation des groupements repose sur des équilibres sensibles qu'il convient d'expliciter afin de les amener au plus haut niveau de conscience possible.

L'évaluation (et surtout l'auto-évaluation) font donc partie intégrante de la leçon. Elles proscrivent tout à fait - de la part de l'élève et a fortiori de l'enseignant(e) - des « arguments » purement subjectifs du type « j'aime bien », « j'aime pas », « ça me plaît comme ça ». La justification argumentée du jugement de goût et de l'efficacité escomptée est ici fondamentale.

CONTENUS OPERATIONNELS ET SAVOIR-FAIRE	CONTENUS ASSOCIES	SITUATIONS D'APPRENTISSAGE	INDICATEURS DE MAITRISE DES COMPETENCES
<ul style="list-style-type: none">• Reconnaître les pensées structurant l'organisation d'étalages commerciaux à partir de critères tels que :<ul style="list-style-type: none">• simplicité, sobriété ;• représentativité de l'assortiment présenté ;	<p>Les notions liées</p> <ul style="list-style-type: none">• à l'espace : point de vue, position de la ligne d'horizon, symétrie/asymétrie, hauteur et profondeur, surface et volume ;• à la forme intrinsèque : proportions de l'objet, caractère allongé/ramassé, lourd/léger ;	<ul style="list-style-type: none">• Relevé de photos de magazines impliquant des groupements et une gestion de l'espace présentant des ensembles animés• Visite de magasins et d'étales accompagnées de notes, croquis, photos, etc.	<ul style="list-style-type: none">• A partir de critères donnés et expliqués, par une observation in situ ou à l'aide d'une photographie, l'apprenant(e) identifie, analyse et porte un jugement argumenté sur différents étales (vitrines, rayons, linéaires, présentoirs,

CONTENUS OPERATIONNELS ET SAVOIR-FAIRE	CONTENUS ASSOCIES	SITUATIONS D'APPRENTISSAGE	INDICATEURS DE MAITRISE DES COMPETENCES
<ul style="list-style-type: none"> choix des produits associés et complémentaires mise en situation d'utilisation ; exploitation d'un thème, d'une histoire ; mise en évidence de symboles ; respect du trajet visuel etc. 	<ul style="list-style-type: none"> au rapport avec les objets environnants, proportions, symétrie/asymétrie, compacité, parallélisme, perpendicularité, correspondance, rythme, points forts, étagement des masses à la psychologie et à la symbolique des formes : lourdes/légères, élancées/trapues, agressives/molles, etc. aux valeurs et aux couleurs (théorie générale des couleurs, organisations diverses, dominante/contraste, psychologie élémentaire liée aux saisons, aux conventions, etc.) aux matériaux et aux textures (dureté, lourdeur, souplesse, effets de surface, patines, etc.); à l'éclairage (chaud/froid, concentration relative, artificielle/naturelle, etc.) 	<ul style="list-style-type: none"> Synthèse individuelle et collective des observations N.B. : Impossibles à situer dans le temps, ces activités se dérouleront durant tout l'apprentissage tant au deuxième qu'au troisième degré. 	etc.), la manière dont ils concrétisent les principes de composition et leur impact visuel.
<ul style="list-style-type: none"> Préparer la réalisation de projets de vitrine et d'étagages intérieurs par réalisation de groupements <ul style="list-style-type: none"> systématiques symétriques asymétriques 	<ul style="list-style-type: none"> Notion de rangement systématique (piles, alignement, rythme, etc.) Notion de groupement symétrique 	<ul style="list-style-type: none"> Ordonner des rectangles de même format découpés dans des illustrés. Consignes : les rectangles seront de même surface. On respectera une dominante de couleur et la direction du graphisme intérieur. 	<ul style="list-style-type: none"> L'apprenant peut structurer des éléments simples en groupements harmonieux, symétriques ou asymétriques. Il peut mettre en évidence la marque ou le flaconnage.

CONTENUS OPERATIONNELS ET SAVOIR-FAIRE	CONTENUS ASSOCIES	SITUATIONS D'APPRENTISSAGE	INDICATEURS DE MAITRISE DES COMPETENCES
	<ul style="list-style-type: none"> • Notion de groupement asymétrique (équilibre, direction, poids visuel, tension) • Réalisation de groupements d'objets statiques (boîtes, flacons, etc.) • Notions de point d'attaque ou d'attraction, d'étagement des masses, de composition pyramidale, de rapports entre les vides et les pleins. • Réalisation de groupements d'objets souples (serviettes de toilette, foulards, etc.) 	<ul style="list-style-type: none"> • Idem en structuration symétrique ; • Relever dans des revues des exemples d'images et de textes structurés symétriquement • Idem avec des formes géométriques de formats et caractères différents ; • Structurer un ensemble asymétrique (mêmes consignes que plus haut) ; • Travailler l'assemblage par superposition de formes géométriques planes différemment colorées. L'équilibre plastique sera recherché. La pensée organisatrice mobilisera les ordres les plus divers (parallélisme, points remarquables, correspondances, perpendicularité, etc.) . Les réponses apportées par les élèves seront justifiées • Réalisation de groupements d'objets statiques (boîtes, emballages et flacons de parfums, livres, objets scolaires) 	<p>Il établit des rapports entre les formes utilisées, peut étager correctement ses masses, jouer de correspondances, de similitudes et du rythme. Il comprend ce que veut dire point d'attaque ou point fort. Il choisit et assemble ses éléments en fonction d'une intention colorée. Il peut établir consciemment des relations entre les formes, les couleurs et les textures.</p>

CONTENUS OPERATIONNELS ET SAVOIR-FAIRE	CONTENUS ASSOCIES	SITUATIONS D'APPRENTISSAGE	INDICATEURS DE MAITRISE DES COMPETENCES
		Groupements statiques sous forme de produits d'une même gamme dans un espace restreint(Tête de rayon, tête de banc, socles, plateaux, présentoirs, supports étagés, etc.)	

B. LES COMPLEMENTARITES A L'ETALAGE.

OBJECTIFS : Faire comprendre qu'au plan conceptuel les éléments présentés en vitrine ou dans les espaces de vente entretiennent des rapports de proximité relativement logiques. Ceux-ci permettent de focaliser l'impact en direction du spectateur et d'ainsi atteindre à l'efficacité.

COMPETENCES : • Capacité à déterminer un **axe promotionnel** (idée ou article principal jouant le rôle de **pivot**) qui subordonne à sa logique et relie tous les articles et accessoires qui sont présentés.

- Exemples : • Un produit, ses composants, son cadre naturel (Pâtes alimentaires, épi, œufs, tomates en boîte ou naturelles, concentré, parmesan, drapeau ou couleurs italiennes, etc. ; une desserte avec verres, les factices d'apéritifs, les petits crackers) • Un article et son univers (Costume, chemise, pantalon, pull, cravate, ceinture, chaussettes, écharpe, etc.) ; • Dans le même esprit, éviter les groupements ne participant pas du même centre d'intérêt (la layette au milieu d'articles pour enfants - vêtements de jour et de nuit, etc.) ; • Une famille d'articles participant à une campagne promotionnelle (la quinzaine du blanc, la semaine anglaise, etc.) • Capacité à articuler les présentations des marchandises sur des événements liés au calendrier et aux circonstances locales.

NOTE METHODOLOGIQUE : La complémentarité des articles présentés au sein des espaces d'étalage appuie bien entendu l'impact visuel des groupements.

L'enseignant devra donc sans cesse ramener les élèves à ces logiques.

CONTENUS OPERATIONNELS ET SAVOIR-FAIRE	CONTENUS ASSOCIES	SITUATIONS D'APPRENTISSAGE	INDICATEURS DE MAITRISE DES COMPETENCES
Réaliser un scénario de vente promotionnelle d'un produit courant (en collaboration avec le professeur de sciences économiques) ;	• Les grands événements du calendrier ;	• Brainstorming ou travail de groupe visant les associations d'ordre conceptuel (autour d'un thème, de l'univers d'un produit)	• L'apprenant peut associer des produits entre eux ou des éléments de décor dans le respect de l'univers et de l'image de marque d'un produit.

CONTENUS OPERATIONNELS ET SAVOIR-FAIRE	CONTENUS ASSOCIES	SITUATIONS D'APPRENTISSAGE	INDICATEURS DE MAITRISE DES COMPETENCES
<ul style="list-style-type: none"> • Explorer les possibilités offertes par la thématique retenue ; • Dans cet esprit, concevoir et organiser les espaces de promotion en fonction d'intentions structurantes liées thématiquement <ul style="list-style-type: none"> • aux saisons ; • aux fêtes locales, religieuses ou civiles ; • à l'actualité ou aux événements ; • au genre de magasin (sport, classique, etc.); • aux lieux suggérés (gare, mer, jardin public, voyage, etc.) • à l'originalité (et parfois donc aux ruptures) que proposent les éléments de décor. 	<ul style="list-style-type: none"> • L'expression de la couleur dans ses rapports aux saisons, à l'ambiance (fêtes, étalage de notoriété, etc.), à la marchandise présentée ; • La décoration à l'étalage (rôle, rapports à la marchandise, insolite éventuel) ; • Les présentations insolites. 	<ul style="list-style-type: none"> • Recherche d'annonces publicitaires pour une marque. • Dégager la notion d'image de marque d'un produit et opérer des comparaisons (Ex. : Chanel, Dior, Yves Rocher, Cacharel) • Associer des éléments de décor à ces univers 	

3.7. LE PROJET D'ETALAGE (APPROCHE)

OBJECTIF : Préparer l'élève à matérialiser sa pensée sous forme de schémas d'idées, de croquis perspectifs ou de représentations classiques à 3 vues (élévation, plan, profil) afin d'objectiver le concept de présentation de la marchandise et de pouvoir le communiquer à autrui.

COMPETENCES :

- Représentation perspective à un point de fuite pour l'ensemble de l'étagage.
- Représentation isolée à deux points de fuite de volumes simples.
- Représentation intuitive de volumes simples à l'aide des trois vues.

NOTE METHODOLOGIQUE : Le caractère professionnel de la section impose la nécessité de soumettre le projet à la discussion (maquette à plat). On veillera à travailler rationnellement la perspective en habituant l'élève à situer la ligne d'horizon à hauteur normale des yeux et à travailler par masses et par taches. Le professeur veillera à donner un peu de chic à un croquis nécessairement rapide (trait enlevé et ferme, notations colorées clairement intentionnelles, etc.). On prévoira la hauteur, la profondeur et la dispositions des décors et des socles dans l'espace.

CONTENUS OPERATIONNELS ET SAVOIR-FAIRE	CONTENUS ASSOCIES	SITUATIONS D'APPRENTISSAGE	INDICATEURS DE MAITRISE DES COMPETENCES
<ul style="list-style-type: none">• Préparer les élèves à la réalisation d'un croquis à main levée ou un plan d'implantation sommaire de façon à assurer la communicabilité du projet	<ul style="list-style-type: none">• Les règles élémentaires de perspective.• La représentation perspective de volumes simples.• La représentation intuitive de corps simples sur les trois plans classiques.• Le « display ».• Les éléments mobiles.	<ul style="list-style-type: none">• Représentation progressive de corps simples puis de combinaisons de corps simples dans l'espace• Dessin à main levée et de mémoire des mêmes éléments.	<ul style="list-style-type: none">• L'apprenant peut présenter ses idées sous forme de croquis ou de papiers coupés.

3.8. LES EMBALLAGES

OBJECTIFS : Amener progressivement l'élève à réaliser des emballages rationnels, efficaces au plan de la protection ou du rangement de la marchandise. Le préparer ainsi à assurer avec goût différents types d'emballages-cadeau.

COMPETENCES :

- Evaluer la quantité de papier nécessaire dans un juste souci de l'économie des moyens
- Posséder le schéma mental de mise en œuvre du papier (ordre des opérations, pliages successifs, attaches initiales, pli final, etc.)
- Posséder la dextérité et l'habileté nécessaires.

NOTE METHODOLOGIQUE : On visera avant tout au deuxième degré à prendre de bonnes habitudes de travail, à économiser la matière qui sera par ailleurs peu coûteuse (papier kraft, notamment) et visera des volumes simples.

CONTENUS OPERATIONNELS ET SAVOIR-FAIRE	CONTENUS ASSOCIES	SITUATIONS D'APPRENTISSAGE	INDICATEURS DE MAITRISE DES COMPETENCES
<ul style="list-style-type: none">• Maîtriser les gestes professionnels pour réaliser un emballage courant, un emballage de sécurité, un emballage cadeau (cas simples)	<ul style="list-style-type: none">• Les variétés de papier et leurs formats• Les techniques de protection (vaisselle, verre, papier bulle, papiers de soie, polystyrène, etc.)• Dextérité, pliages rationnels, pose des rubans	<ul style="list-style-type: none">• Emballage de volumes simples (livres, boîtes diverses, layette, foulard [avec papier de soie], etc.)• Emballage de verres et de vaisselle	<ul style="list-style-type: none">• L'apprenant(e) réalise différents emballages simples à partir du matériel donné.

4. DES MOYENS

Il faut faire un sort à la tendance consistant à considérer qu'on peut former quelqu'un professionnellement sans disposer du matériel indispensable.

La réunion de ce matériel relève des trois acteurs de la formation : le P.O représenté par la Direction de l'école, l'enseignant(e) et l'élève lui-même qui doivent chacun pour ce qui les concerne prendre leur part de responsabilité et/ou de frais dans la formation du vendeur.

4.1. LA CHARGE DES ECOLES : L'INFRASTRUCTURE ET LE MATERIEL DE BASE

- La classe : Celle-ci doit être vaste et comporter une installation de podiums (logettes-étalages). La manutention (Tables de travail, de découpe, dépôt provisoire de matériel, prise de notes) doit être aisée
Un local destiné à ranger les accessoires, les mannequins et les collections de « marchandises » postiches doit être directement accessible ;
- Les logettes-étalages : Elles sont indispensables pour travailler la conception d'ensemble de la vitrine (voir schéma et dimensions conseillées en annexe)
Prévoir un matériau apte à recevoir des épingle d'étalage et les agrafes (contreplaqué, par exemple).
Proscrire le stratifié. Un tapis sera posé au sol. Le plafond sera pourvu d'une résille (lattage de bois) et de spots orientables ;
Dans le meilleur des cas, les éventuelles vitrines à rue de l'atelier peuvent être aménagées en vitrines de magasin
- Un ordinateur au moins et une imprimante directement accessibles dans le local.
- Un appareil photo numérique pour conserver les traces des mises en scène réalisées
- Une collection de pieds, colonnes, plateaux et présentoirs de hauteurs variées ;
- Des socles, volumes cubiques et parallélépipédiques de formats variés (en bois ou en plexi) - Par exemple : 5 grands - 5 moyens - 5 petits
- Des séries de supports pour chaussures (hauteurs variées) ;
- Des chevalets pour la vaisselle ou pour les livres ; des supports et présentoirs pour bijoux
- Des têtes, des bustes, des jambes et des mannequins (qu'on peut récupérer ou racheter à moindre prix dans certaines chaînes de magasins) ;
- Des papiers divers, des coupes de tissus, de feutrine, des foulards, des torchons-vaisselle.

- Un petit outillage (agrafeuse, ciseaux, tabourets d'étagiste, pistolet à colle, scie sauteuse, filicoupeur, foreuse, latte métallique d'un mètre, fil nylon, fil métallique fin et épais, épingle de divers diamètres et longueurs, des boîtes magnétiques portables, des pinces coupantes, des marteaux).
- De la peinture au latex + colorants acryliques, marqueurs aquarellables, du matériel de base de décoration.

4.2. LA RESERVE DE MARCHANDISES

C'est ici le règne de la « débrouille » et la part du professeur qui doit collectionner les emballages attractifs, solides et en bon état.

Il est par ailleurs nécessaire de réunir des gammes d'emballages (Ex. : du plus petit jusqu'au plus grand, les conditionnements des pralines « Mon Chéri », les différents formats de boîtes et flacons du parfum « Opium »).

Dans un esprit de cohérence, il est conseillé de limiter la collection à des gammes précises et complètes. Il ne servirait, par exemple, à rien de disposer d'une ligne d'emballages et de flacons d'un grand nombre de parfums différents.

Le professeur associera ses collègues et ses élèves à la constitution toujours difficile de cette collection. Il pourra également se rendre dans les supermarchés et les boutiques afin d'obtenir d'anciens factices.

Quelques suggestions (nécessité de disposer de gammes et/ou d'au moins une vingtaine d'articles identiques de la même marque)

- Produits de soin (Gamme Nivéa, Fa, etc.) et parfums de marque (Yves Saint-Laurent, Dior, Yves Rocher, Cacharel, Fahrenheit, Issey Miyake, Boucheron, etc.)
- Bouteilles : Coca-Cola, Fanta, Perrier, Ice Tea, etc.
- Pâtes alimentaires : Barilla, Soubry, Panzani, etc.
- Chocolats et biscuits : Côte d'Or, Quality Street, ballotins de pralines, etc.
- Boîtes métalliques de différents formats (Café, lait bébé, etc.) ;
- Bouteilles de vin (Bouteilles italiennes particulières, bouteilles bleues, etc.

N.B. : Les suggestions ci-dessus ne sont pas choisies au hasard. La caractère marqué de l'emballage (forme, couleur, etc.) a naturellement influencé ce choix.

Outre ces articles, il est souvent nécessaire de disposer d'objets ou d'accessoires dont la beauté, le caractère, l'aspect insolite peut contribuer à vitaliser l'étalage : galets, rondins de bouleaux, vieux instruments de musique, pots de terre cuite, chaises, petits meubles arrosoir, outil de jardinage, paniers, cageots, etc.

4.3. LA PART DE L'ELEVE

Il semble raisonnable que l'élève participe à l'effort d'équipement collectif, notamment pour le matériel et les petits outils qu'il est individuellement appelé à mettre en œuvre.

En matière de présentation de vêtements, il lui reviendra d'assurer la collecte de ceux dont il aura besoin.

5. ORIENTATION BIBLIOGRAPHIQUE

Les ouvrages relatifs à l'étagisme sont malheureusement peu nombreux et/ou très souvent épuisés.

Dans ce dernier cas, ils sont de surcroît passés de mode même si les principes à suivre dans la promotion des marchandises restent intacts.

Parmi les ouvrages (ceux qui sont épuisés sont marqués d'une *). Ils peuvent éventuellement se trouver en bouquinerie ou en bibliothèque), signalons

- BOYDRON (Maurice), *L'étalage*. Dessain et Tolra, Paris *;
- VENO (Robert), *Manuel théorique et pratique de l'étagiste*. Flammarion, Paris *;
- TORRIJOS (Yvette et Marc), *L'étalage pour mieux vendre*. Camugli, Lyon *;
- CLAUDINE, *L'étalage en magasin*. Chotard et associés, Paris *;
- VALENTIN (Jacqueline), *Vendre en magasin*. Casteilla *;
- LUX (André), *L'étalage de chaussures* (fascicule) *
- KUHN (D.), *L'art du paquet cadeau*. Le temps apprivoisé, Paris ;
- ISCHIGE (M.), *Cadeaux en fête*. Le temps apprivoisé, Paris ;
- COUDERT (M.), *Paquets cadeaux à personnaliser*. Le temps apprivoisé, Paris ;
- SLOAN (Annie) et GWYNN (Kate), *Peintures et finitions à l'ancienne*. Flammarion, Paris ;
- JACKSON (Albert) et DAY (David), *Finitions (Patines, vernis, cire et huile)*. Flammarion, Paris ;

Les revues présentent un grand intérêt mais sont très difficilement trouvables. Signalons

- INSPIRATION (s'adresser à l'Agence des Messageries de la Presse
- DAS SCHAU-FENSTER (revue allemande).

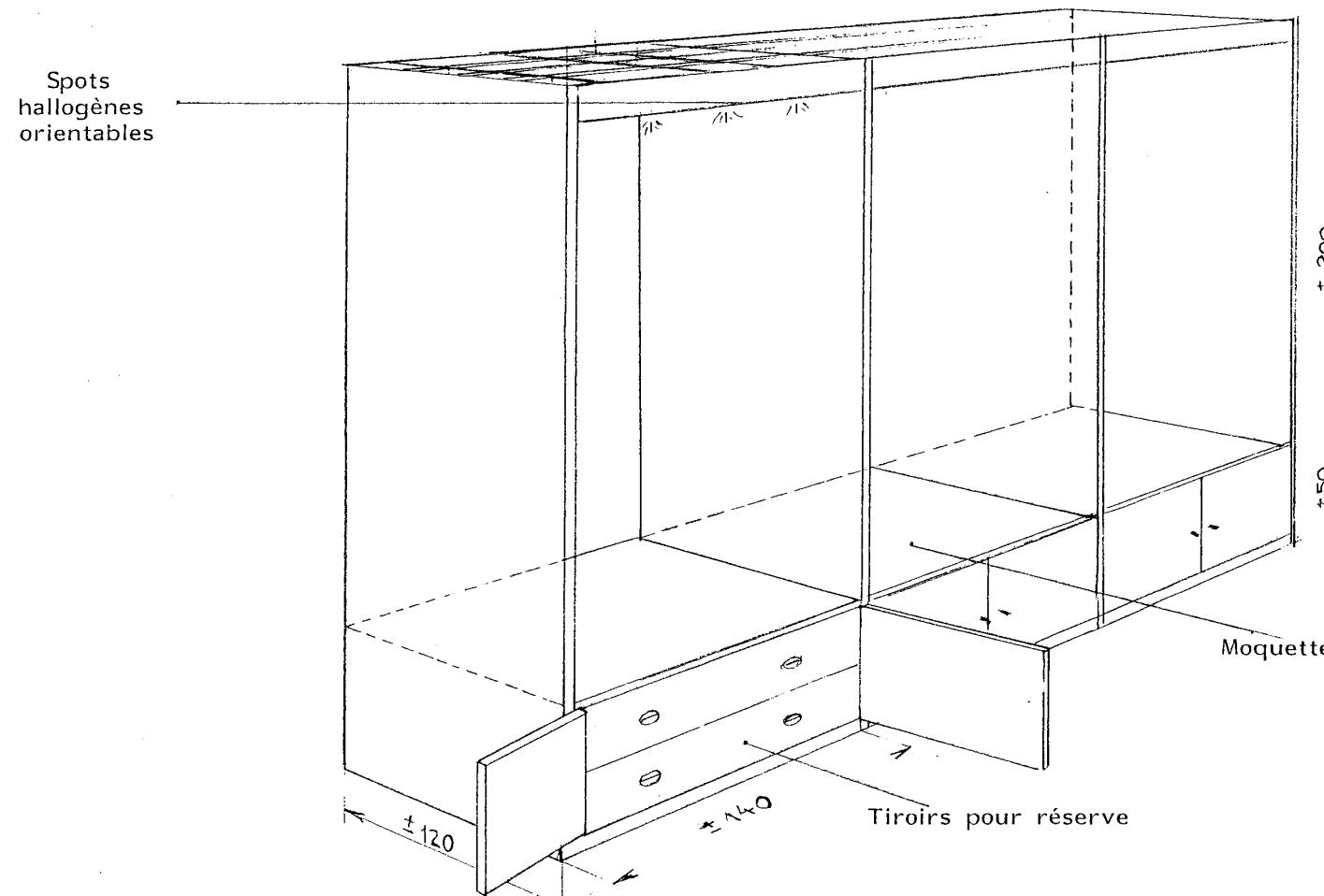
Pour les articles d'étagage, les bustes et mannequins, le professeur se référera aisément aux « pages jaunes » (références 5965 et 5975 notamment) des annuaires téléphoniques (en particulier de Bruxelles) où il trouvera de bonnes adresses pour visiter des show-rooms et acquérir des catalogues.

Le présent document a été élaboré sur base des travaux de la C.C.P.Q. par Anne-Marie Crombain –Dupont (I.T.C.F. Renée Joffroy à Ath-Irchonwelz),
par Lucie Demoitié-Tribolet (A.R. Charlemagne à Jupille) et par Nele Grillaert (A.R. Jourdan à Fleurus)

sous la présidence d'André Lamblin, Inspecteur.

Caillebotis de bois

ANNEXE 1 : Logettes-podiums
Dimensions générales

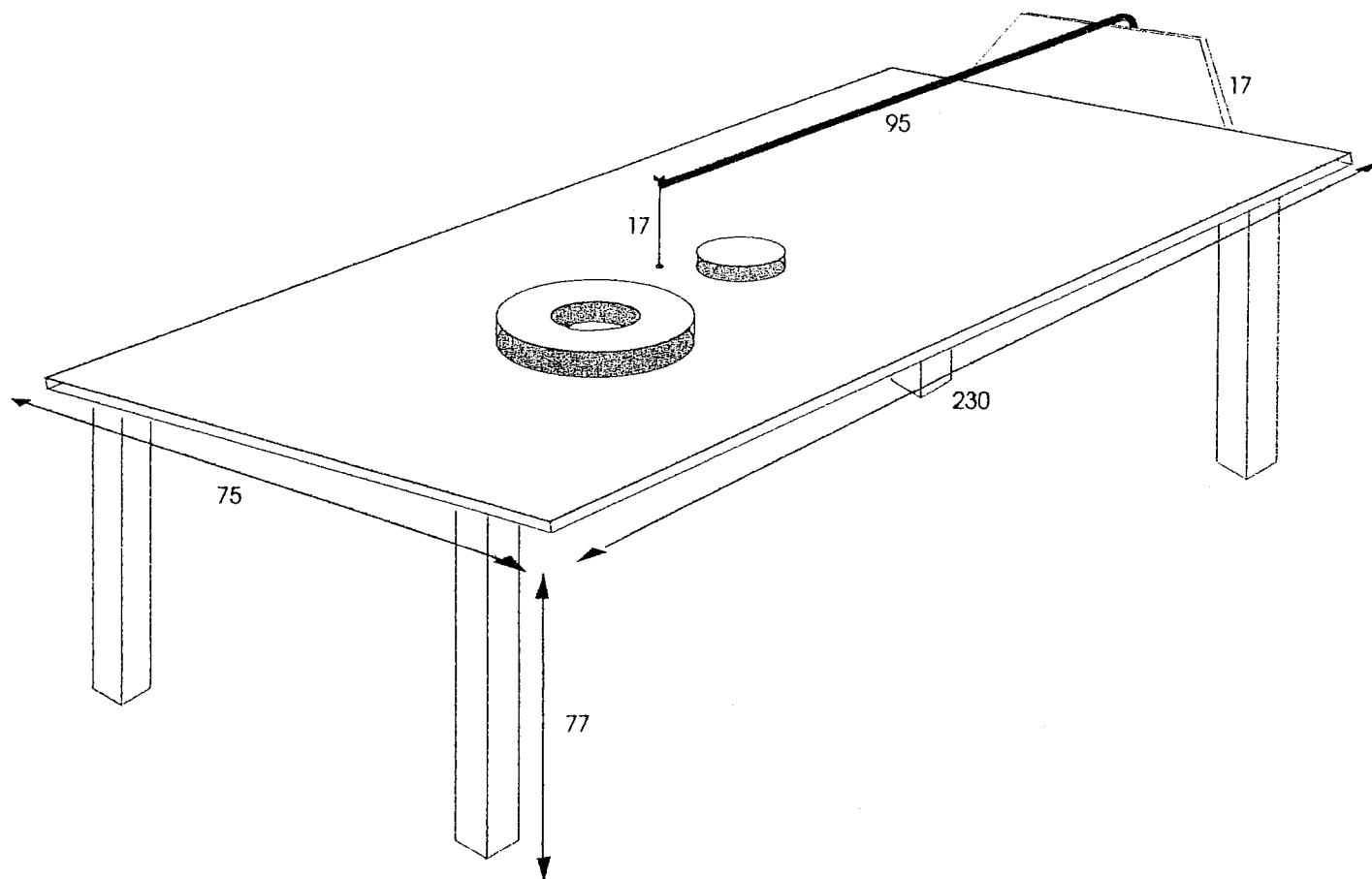


VENTE - DECORATION-ETALAGE
ANNEXE 1 : LOGETTES-PODIUMS

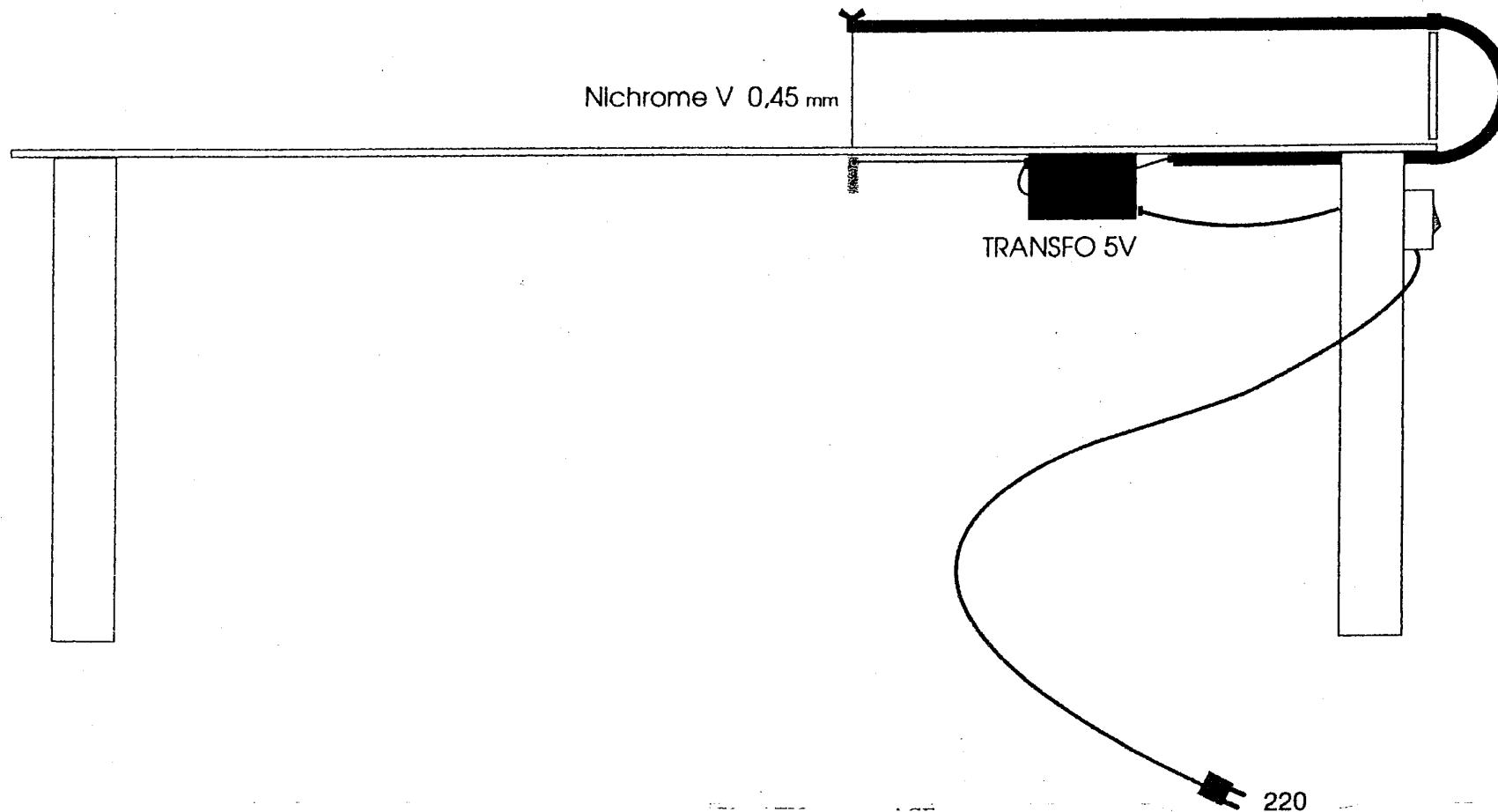
32

VENTE - DECORATION-ETALAGE
ANNEXE 2 : TABLE DE DECOUPE POUR POLYSTYRENE

32



ANNEXE 2a : Table de découpe pour polystyrène
(Aimablement communiqué par l'ICADI à Liège)



ANNEXE 2b : Table de découpe pour polystyrène
(Aimablement communiqué par l'ICADI à Liège)