

**MINISTÈRE DE LA COMMUNAUTÉ FRANÇAISE**

**ENSEIGNEMENT DE LA COMMUNAUTÉ FRANÇAISE**

**Administration Générale de l'Enseignement et de la Recherche Scientifique**

Service général des Affaires pédagogiques,  
et du Pilotage du réseau d'Enseignement organisé par la Communauté française.

**ENSEIGNEMENT SECONDAIRE ORDINAIRE DE PLEIN EXERCICE**

**HUMANITÉS PROFESSIONNELLES ET TECHNIQUES**

**ENSEIGNEMENT PROFESSIONNEL**

**Troisième degré**

**SECTEUR : Economie**

**GROUPE : Gestion**

**PROGRAMME D'ÉTUDES PROVISoire DE L'OPTION DE BASE GROUPÉE :**

***VENDEUR / VENDEUSE***

**112P/2006/249**

## AVERTISSEMENT

Le présent programme provisoire entre en application

- à partir de 2006–2007, pour les deux années du troisième degré de l'enseignement secondaire professionnel.

Il abroge et remplace les programmes :

- 112P/2004/249
- 112-1P/2004/249
- 112-2P/2004/249
- 112-3P/2004/249

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

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

Il peut en outre être imprimé au format PDF.

# TABLE DES MATIERES

AVANT-PROPOS .....	1
Grille-horaire .....	1
Glossaire .....	2
 <b><u>COURS DE SCIENCES ECONOMIQUES</u></b> .....	 4
 <b>5<sup>e</sup> ANNEE</b> .....	 5
CONSIDERATIONS METHODOLOGIQUES GENERALES .....	6
Techniques de vente .....	8
Travaux pratiques de vente .....	19
Documents commerciaux .....	25
 <b>6<sup>e</sup> ANNEE</b> .....	 33
CONSIDERATIONS METHODOLOGIQUES GENERALES .....	34
Techniques de vente .....	36
Travaux pratiques de vente .....	45
Documents commerciaux .....	52
Informatique de gestion .....	59
 <b><u>COURS DE SECRETARIAT-BUREAUTIQUE</u></b> .....	 68
 <b>ORGANISATION DU PROGRAMME D'ETUDES</b> .....	 69
 <b>CONSIDERATIONS METHODOLOGIQUES GENERALES</b> .....	 70
Méthodologie .....	70
L'évaluation .....	72

<b>INFRASTRUCTURE ET EQUIPEMENT .....</b>	<b>74</b>
---	-----------

## **ORGANISATION DES ACTIVITES EN MODULES**

<b>BURO 1</b>	Le matériel informatique et la gestion informatisée des dossiers Les fonctions essentielles du logiciel de traitement de texte L'édition de textes simples et de courrier .....	75
<b>BURO 2</b>	Le traitement des documents administratifs et la mise en page de documents publicitaires et d'affichage Les fonctions de formatage et d'insertion Les notions de communication et d'accueil .....	80
<b>BURO 3</b>	Le traitement automatisé des documents commerciaux Le publipostage La communication téléphonique et la télécopie .....	84
<b>BURO 4</b>	Le tableur L'intégration des applications bureautiques La reproduction de documents NTIC .....	89
<b>BIBLIOGRAPHIE .....</b>		93
<b><u>COURS DE ETALAGE – PROMOTION DES MARCHANDISES</u> .....</b>		<b>97</b>
<b>1. CADRE GENERAL .....</b>		<b>98</b>
<b>2. OBJECTIFS GENERAUX DE LA PROMOTION DES MARCHANDISES .....</b>		<b>99</b>
<b>3. NOTIONS D'ETALAGE ET DE PROMOTION DES MARCHANDISES .....</b>		<b>100</b>
3.1. MISE A NIVEAU .....		100
3.2. ARTICULATIONS METHODOLOGIQUES .....		101
3.3. L'ETALAGE – HISTOIRE ET FONCTION .....		103
3.4. L'A.B.C. DU METIER .....		106
3.5. LE LETTRAGE, LES ETIQUETTES ET LES TECHNIQUES DE REPRODUCTION .....		108
3.6. STRUCTURES PROMOTIONNELLES DE LA MARCHANDISE .....		111

3.7. LE PROJET D'ETALAGE (APPROCHE) .....	119
3.8. LES EMBALLAGES .....	120
<b>4. CONCEPTION ET STRATEGIE DE LA PROMOTION DES MARCHANDISES</b> .....	<b>121</b>
4.1. OBJECTIFS GENERAUX .....	121
4.2. RECOMMANDATIONS METHODOLOGIQUES .....	121
4.3. APPROFONDISSEMENT ET FIXATION .....	122
4.4. L'ORGANISATION SPATIALE DE LA VITRINE : GROUPEMENTS, INTERVALLES ET RELIEFS .....	124
4.5. L'UTILISATION DES MANNEQUINS .....	128
4.6. LA MAITRISE DE L'ECLAIRAGE .....	131
4.7. LA MAITRISE DES COUTS .....	132
4.8. LA P.L.V. HORS VITRINE : LES IMPLANTATIONS .....	133
4.9. LES COMPETENCES A EXERCER .....	134
<b>5. DES MOYENS</b> .....	<b>135</b>
5.1. LA CHARGE DES ECOLES : L'INFRASTRUCTURE ET LE MATERIEL DE BASE .....	135
5.2. LE RESERVE DE MARCHANDISES .....	136
5.3. LA PART DE L'ELEVE .....	137
<b>6. ORIENTATION BIBLIOGRAPHIQUE</b> .....	<b>138</b>

## AVANT-PROPOS

Le vendeur exerce ses fonctions en magasin de détail, en boutique ou dans une surface spécialisée. Ses domaines d'activité sont vastes : équipement domestique, produits utilitaires, alimentation générale, équipement des personnes, produits culturels et ludiques, ...

Sa fonction centrale est évidemment de vendre c'est-à-dire accueillir la clientèle, l'informer, déceler ses besoins et ses motivations d'achat, argumenter une vente à partir d'une approche produit ou d'une approche client, conclure la vente et en assurer le suivi, ...

Par ailleurs, il doit également recevoir les paiements, approvisionner les zones de présentation des marchandises, réceptionner et entreposer les marchandises, assurer la qualité constante du service, appliquer, le cas échéant, des techniques de vente à distance, respecter les normes légales et les directives spécifiques en matière d'hygiène et de sécurité, ...

## GRILLE-HORAIRE DE L'OPTION DE BASE GROUPEE

	5 <sup>e</sup> année	6 <sup>e</sup> année
Documents commerciaux	4	2
Techniques de vente	6	6
Informatique de gestion	0	2
T.P. Vente	6	6
Secrétariat-Dactylographie-Bureautique	3	3
Etalage – Promotion des marchandises	6	6
<b>TOTAL</b>	<b>25</b>	<b>25</b>

## **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.

### **SITUATIONS D'APPRENTISSAGE**

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

### **COMPÉTENCE**

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 TERMINALES**

Référentiel présentant de manière structurée les compétences dont la maîtrise à un niveau déterminé est attendue à la fin de l'enseignement secondaire.

### **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'auto-évaluation.

## EVALUATION CERTIFICATIVE

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

## PROFIL DE QUALIFICATION

Référentiel décrivant les activités et les compétences exercées par des travailleurs accomplis tels qu'ils se trouvent dans l'entreprise.

## PROFIL DE FORMATION

Référentiel présentant de manière structurée les compétences à acquérir en vue de l'obtention d'un certificat de qualification.

## PROGRAMME D'ETUDES

Référentiel de situations d'apprentissage, de contenus d'apprentissage, obligatoires ou facultatifs, et d'orientations méthodologiques qu'un pouvoir organisateur définit afin d'atteindre les compétences fixées par le Gouvernement pour une année, un degré ou un cycle.

## COMPETENCES A MAITRISER (CM)

Compétences qui sont à maîtriser en fin d'une formation donnée.

## COMPETENCES A EXERCER

- ⇒ **CEF** compétences à exercer au cours de la formation, mais dont la maîtrise ne peut être certifiée **qu'au-delà de ladite formation** par un opérateur de formation.
- ⇒ **CEP** compétences à exercer durant cette même formation, mais dont la maîtrise ne pourra être acquise **qu'à travers l'activité professionnelle** elle-même.



PROGRAMME  
DES COURS  
DE  
SCIENCES ECONOMIQUES

## 5<sup>e</sup> année

Techniques de vente	6 périodes / semaine
Travaux pratiques de vente	6 périodes / semaine
Documents commerciaux	4 périodes / semaine

## CONSIDERATIONS METHODOLOGIQUES GENERALES

- ❑ 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 profil de formation.
- ❑ L'apprentissage peut découler de l'action : c'est le but de la **pédagogie par projet**. Celle-ci oblige les apprenants à planifier, à 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 3<sup>e</sup> degré de l'enseignement professionnel est particulièrement importante.

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](http://www.restode.cfwb.be/sc_eco)

# TECHNIQUES DE VENTE

6 périodes / semaine

## COMPETENCES DU PROFIL DE FORMATION RENCONTREES

Le développement des compétences indiquées dans le profil de formation implique la maîtrise de notions en économie générale, en économie de l'entreprise, en droit et en éducation du consommateur.

### REFERENTIEL

<i>Compétences à maîtriser (CM)</i>	<i>Compétences à exercer (CEF/CEP)</i>
1.1.1	1.2.2
1.1.2	1.2.6
1.1.3	3.1.7
1.1.4	3.1.8
1.1.5	6.8.1
1.2.1	6.8.2
1.2.4	6.8.3
1.2.5	8.3.2
2.2.1	11.4.1
2.2.4	11.4.2
2.2.5	11.4.3
2.2.6	11.4.4
2.2.9	
2.3.3	
3.1.1	
3.1.4	
3.1.5	
3.1.6	
3.1.9	
8.1.1	
8.3.1	
10.1.1	

Les références indiquées dans le tableau ci-dessus correspondent à la numérotation des compétences énoncées dans le profil de formation du(de la) Vendeur(Vendeuse) qui peut être consulté sur le site Internet : [http://www.restode.cfwb.be/sc\\_eco](http://www.restode.cfwb.be/sc_eco).

## OBJECTIFS GENERAUX DU COURS

- Assimiler un vocabulaire et des techniques spécifiques.
- Prendre conscience de l'importance du relationnel dans le métier de vendeur.
- Cerner les modalités de fonctionnement des différentes méthodes de vente.
- 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.
- Comprendre l'utilité d'une bonne politique de défense du consommateur.

## 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 ;
  - ...
- 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.
- L'étude de cette matière nécessite la constitution d'une documentation abondante (catalogues, statistiques, ...).
- L'interview de personnes ressources (grossistes, commerçants, gérants de magasins, ...) constitue un outil intéressant.
- Des visites, des enquêtes sur le terrain sont nécessaires.
- Une collaboration étroite devra être établie entre le professeur d'Etalage, le professeur de Sciences économiques et le professeur de Bureautique.  
Un planning des activités sera réalisé en début d'année scolaire (visites, stages, liste des produits à étudier, ...).



CONTENUS D'APPRENTISSAGE OBLIGATOIRES	SITUATIONS D'APPRENTISSAGE RENCONTRANT LES COMPETENCES DU PROFIL DE FORMATION	CONTENUS D'APPRENTISSAGE FACULTATIFS
---	--	--

## 1. La consommation

1.1. La consommation <ul style="list-style-type: none"> <li>• la consommation</li> <li>• le mode de vie</li> <li>• l'évolution de la consommation dans le temps et dans l'espace</li> </ul>	A partir de documents (photos, statistiques, articles de presse, ...) : <ul style="list-style-type: none"> <li>- caractériser la consommation ;</li> <li>- distinguer les types de consommation ;</li> <li>- différencier genre de vie de niveau de vie ;</li> <li>- analyser l'évolution de la consommation des ménages (dans le temps et dans l'espace).</li> </ul>	
---	---	--

## 2. Le vendeur

2.1. La tenue vestimentaire	A partir de l'observation de quelques vendeurs, induire la tenue vestimentaire et les règles d'hygiène appropriées au type de magasin et à la fonction exercée.	
2.2. Les règles d'hygiène		
2.3. Les qualités physiques <ul style="list-style-type: none"><li>• l'endurance,</li><li>• la résistance,</li><li>• ...</li></ul>	Au départ de tests de personnalité, de jeux de rôles, de documents divers, établir le profil ergonomique du vendeur.	
2.4. Les qualités morales <ul style="list-style-type: none"><li>• la volonté,</li><li>• l'honnêteté,</li><li>• la conscience,</li><li>• ...</li></ul>		
2.5. Les qualités intellectuelles <ul style="list-style-type: none"><li>• la psychologie,</li><li>• la faculté d'apprendre,</li><li>• la mémoire,</li><li>• la méthode,</li><li>• ...</li></ul>		
2.6. Les qualités sociales <ul style="list-style-type: none"><li>• la maîtrise de soi,</li><li>• la bonne humeur,</li><li>• le tact,</li><li>• l'amabilité,</li><li>• ...</li></ul>		

### 3. Le client

3.1. La typologie	Sur la base d'une enquête effectuée ou à réaliser, justifier la décision d'achat, repérer les habitudes d'achat et déterminer le profil du client.	
3.2. Le budget <ul style="list-style-type: none"><li>• les dépenses</li><li>• les revenus</li><li>• l'équilibre</li></ul>	A l'aide de statistiques, analyser le budget du ménage en Belgique.	
3.3. Les comportements d'achat <ul style="list-style-type: none"><li>• les besoins à satisfaire,</li><li>• les motivations et freins,</li><li>• les facteurs d'influence,</li><li>• le choix,</li><li>• ...</li></ul>	A partir de cas vécus : <ul style="list-style-type: none"><li>- distinguer les besoins du client selon la pyramide de Maslow ;</li><li>- distinguer les différentes motivations (hédoniste, oblativ et auto-expression) ;</li><li>- repérer les mobiles d'achat (méthode Soncas) ;</li><li>- classer les freins en peurs ou inhibitions.</li></ul>	

#### 4. Les méthodes de vente

4.1. La vente de contact	Au départ de supports divers (enregistrements d'entretiens téléphoniques, articles de presse, ...), établir un tableau comparatif des différentes méthodes de vente : objectifs, public cible, avantages et inconvénients, ...	
4.2. La vente impersonnelle		
4.3. La vente par téléphone		
4.4. La vente par correspondance		
4.5. La vente par télé-achat		
4.6. La vente par Internet		
4.7. La vente par distributeur		

## 5. Etablir des relations

<p>5.1. La communication</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• les intervenants</li> <li>• les formes</li> <li>• le rôle</li> <li>• les règles d'une bonne communication</li> </ul>	<p>Identifier les principes d'un bon accueil téléphonique et les conséquences néfastes sur l'entreprise d'une mauvaise communication.</p> <hr/> <p>Sur la base de dessins, logos et pictogrammes, identifier les différentes formes de communication (orale, écrite, gestuelle et signaux visuels).</p> <hr/> <p>Au départ d'une bande dessinée, distinguer :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- l'émetteur et le récepteur ;</li> <li>- le message ;</li> <li>- le type de canal ;</li> <li>- l'outil utilisé.</li> </ul> <hr/> <p>Dans le cadre d'un jeu de rôles :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- communiquer efficacement par téléphone ;</li> <li>- communiquer avec les clients, les fournisseurs ;</li> <li>- communiquer avec ses collègues de travail.</li> </ul> <hr/>	
<p>5.2. L'élocution</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• le vocabulaire adapté</li> <li>• la façon de s'exprimer</li> <li>• les mots à ne pas utiliser</li> <li>• ...</li> </ul>	<p>Au départ d'un jeu de rôles, d'enregistrements et à l'aide d'une grille d'examen de la voix, dégager les erreurs de langage, de diction, de vocabulaire, ...</p>	

## 6. La vente

<p>6.1. La préparation de la vente</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• l'argumentaire en fonction des caractéristiques techniques et commerciales du produit</li></ul> <p>6.2. L'offre au client</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• l'accueil</li><li>• la recherche des désirs</li><li>• la présentation et la démonstration des produits</li></ul> <p>6.3. La persuasion du client</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• l'argumentation</li><li>• le renforcement des motivations</li><li>• le traitement des objections (en particulier l'objection prix)</li></ul> <p>6.4. Conclure la vente</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• les signaux émis par le client</li><li>• les ventes additionnelles</li><li>• les ventes complémentaires</li></ul>	<p>Construire un argumentaire de vente d'un produit non-alimentaire (chaussures, article électroménager, ...).</p> <hr/> <p>Dans le cadre d'un jeu de rôles, vendre un produit en identifiant et en caractérisant les différentes phases.</p> <p>Analyser différents sketches de vente afin d'en dégager les points positifs et négatifs, les erreurs à ne pas commettre pour chacune des phases de la vente.</p>	
--	---	--

## 7. L'après vente

7.1. La vente manquée	Analyser un sketch de vente manquée, en trouver les causes afin de reconstruire un scénario de vente correct.	
7.2. Les invendus	Sur la base de l'interview d'une personne-ressource (libraire, marchand de vins, ...), caractériser la gestion des invendus.	
7.3. Les réclamations	Analyser différentes situations de réclamation et les traiter.	
7.4. La fidélisation du client <ul style="list-style-type: none"><li>• la carte de fidélité</li><li>• le fichier client</li></ul>	Déterminer au travers d'une enquête auprès de divers magasins les différentes actions de fidélisation de la clientèle.	
7.5. La garantie	Analyser une carte de garantie.	

# TRAVAUX PRATIQUES DE VENTE

6 périodes / semaine

Il est souhaitable que les cours de *Techniques de vente* et de *Travaux pratiques de vente* soient confiés au même professeur.

Dans l'hypothèse où cette solution ne pourrait pas être retenue, il est impératif que ces deux professeurs collaborent étroitement.



## COMPETENCES DU PROFIL DE FORMATION RENCONTREES

Le développement des compétences indiquées dans le profil de formation implique la maîtrise de notions en économie générale, en économie de l'entreprise, en droit et en éducation du consommateur.

### REFERENTIEL

Compétences à maîtriser (CM)		Compétences à exercer (CEF/CEP)	
1.1.1	3.1.1	1.2.2	4.6.2
1.1.2	3.1.4	1.2.6	4.6.3
1.1.3	3.1.5	2.2.2	4.6.4
1.1.4	3.1.6	2.2.3	6.5.1
1.1.5	4.2.2	2.2.7	6.8.1
1.2.1	4.2.3	2.2.8	6.8.2
1.2.4	7.1.2	3.1.2	6.8.3
1.2.5	8.3.1	3.1.3	7.3.1
2.1.1	9.2.1	3.1.7	8.1.2
2.1.2	10.1.2	3.1.8	8.1.3
2.2.1	10.1.3	3.2.1	8.1.4
2.2.4	10.1.4	3.2.2	8.1.5
2.2.5	10.1.5	3.2.3	8.3.2
2.2.6		4.2.1	9.4.1
		4.2.4	9.4.2
		4.3.1	9.4.3
		4.4.1	9.4.4
		4.4.2	9.4.5
		4.4.3	11.2.1
		4.5.2	11.2.2
		4.5.3	11.2.3
		4.5.4	11.2.4
		4.5.5	
		4.6.1	

Les références indiquées dans le tableau ci-dessus correspondent à la numérotation des compétences énoncées dans le profil de formation du(de la) Vendeur(Vendeuse) qui peut être consulté sur le site Internet : [http://www.restode.cfwb.be/sc\\_eco](http://www.restode.cfwb.be/sc_eco).

## OBJECTIFS GENERAUX DU COURS

- Assimiler un vocabulaire et des techniques spécifiques.
- Positionner un point de vente dans la structure commerciale.
- Prendre conscience de l'importance de l'organisation du magasin dans la vente.
- Prendre conscience du rôle important du vendeur.
- Contribuer à l'image de marque du magasin.

## CONSIDERATIONS METHODOLOGIQUES PARTICULIERES

- L'objectif essentiel de ce cours est de mettre en pratique les notions théoriques abordées dans le cadre du cours de *Techniques de vente*.
- Des visites sur le terrain sont indispensables.

OBJECTIFS POURSUIVIS	DEMARCHE
----------------------	----------

### 1. Positionner un point de vente dans l'appareil commercial

<p>Classer un point de vente selon</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• la forme de commerce <ul style="list-style-type: none"> <li>- indépendant</li> <li>- associé</li> <li>- intégré</li> </ul> </li> <li>• la taille <ul style="list-style-type: none"> <li>- petit</li> <li>- grand</li> </ul> </li> <li>• la spécialisation <ul style="list-style-type: none"> <li>- généraliste</li> <li>- spécialiste (alimentaire, non alimentaire)</li> </ul> </li> <li>• la façon de s'approvisionner</li> <li>• les méthodes de vente <ul style="list-style-type: none"> <li>- libre-service</li> <li>- traditionnel</li> <li>- ...</li> </ul> </li> </ul>	<p>Analyser un point de vente sur la base des critères suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- observer sa taille ;</li> <li>- observer son organisation ;</li> <li>- observer ses méthodes de vente ;</li> <li>- déterminer s'il est indépendant ou s'il fait partie d'une chaîne ;</li> <li>- découvrir la source de ses approvisionnements et déterminer s'il s'inscrit dans un circuit court, moyen, long ;</li> <li>- ...</li> </ul>
--	---

OBJECTIFS POURSUIVIS	DEMARCHE
----------------------	----------

## 2. Organiser le point de vente

2.1. Situer le vendeur dans une organisation commerciale.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analyser l'organigramme d'un magasin.</li> <li>• Repérer et déterminer le rôle des différentes personnes.</li> <li>• Répertorier les différentes tâches de tous les membres du personnel.</li> </ul>
2.2. Identifier les conditions d'efficacité du vendeur.	<p>Etablir le profil type (confidentialité, loyauté, honnêteté, volonté, rapidité, efficacité, hygiène, ...) des vendeurs :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- en grande surface ;</li> <li>- en magasin spécialisé ;</li> <li>- en magasin traditionnel.</li> </ul>
2.3. Adapter une présentation.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sur la base du plan d'une surface commerciale : <ul style="list-style-type: none"> <li>- repérer les divers départements, le regroupement des articles en fonction de l'aire de présentation ;</li> <li>- agencer rationnellement l'espace de vente.</li> </ul> </li> <li>• Placer des rayons dans le magasin.</li> <li>• Choisir le mobilier, l'éclairage, ...</li> <li>• Organiser des linéaires (techniques de merchandising, ...).</li> </ul>

OBJECTIFS POURSUIVIS	DEMARCHE
----------------------	----------

### 3. Tenir les rayons en état marchand

3.1. Réceptionner la marchandise.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contrôler la marchandise livrée en appliquant les techniques de manipulation et d'entreposage adéquates tout en tenant compte des pictogrammes.</li> </ul>
3.2. Mettre en rayon.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Appliquer les méthodes de réassortiment (rotation, nivelling, facing).</li> <li>• Appliquer les techniques de mise en évidence des produits.</li> <li>• Appliquer les techniques particulières de mise en rayons et gondoles (niveaux, zones).</li> <li>• Assurer le conditionnement et la transformation des marchandises et contrôler leur fraîcheur.</li> <li>• Connaître et utiliser le matériel de manutention.</li> </ul>
3.3. Stocker des marchandises.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recourir aux techniques et aux matériels de stockage appropriés.</li> <li>• Mettre en réserve.</li> <li>• Appliquer les principes de rangement.</li> </ul>
3.4. Assurer la propreté des abords.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nettoyer les rayons et le sol en cas de nécessité.</li> <li>• Veiller à l'accessibilité des rayons et au dégagement des allées.</li> </ul>

# DOCUMENTS COMMERCIAUX

4 périodes / semaine

## COMPETENCES DU PROFIL DE FORMATION RENCONTREES

Le développement des compétences indiquées dans le profil de formation implique la maîtrise de notions en économie générale, en économie de l'entreprise, en droit et en éducation du consommateur.

### REFERENTIEL

<i>Compétences à maîtriser (CM)</i>	<i>Compétences à exercer (CEF/CEP)</i>
1.2.3	3.2.1
2.3.4	3.2.2
4.1.2	3.2.3
4.1.3	4.1.4
4.1.6	4.1.5
6.1.1	
6.1.2	
6.1.5	
6.3.6	
6.7.1	
7.1.1	

Les références indiquées dans le tableau ci-dessus correspondent à la numérotation des compétences énoncées dans le profil de formation du(de la) Vendeur(Vendeuse) qui peut être consulté sur le site Internet : [http://www.restode.cfwb.be/sc\\_eco](http://www.restode.cfwb.be/sc_eco).

## OBJECTIFS GENERAUX DU COURS

- Assimiler un vocabulaire et des techniques spécifiques.
- Maîtriser les principes relatifs aux commerçants et aux actes de commerce.
- Décomposer le mécanisme chronologique d'une opération commerciale.
- Résoudre des situations-problèmes mettant en œuvre des documents administratifs, commerciaux, financiers et juridiques.
- Prendre conscience de la conformité et de la complétude des documents.
- Communiquer les anomalies à la personne responsable.
- Choisir le document adéquat dans une situation donnée.



## CONSIDERATIONS METHODOLOGIQUES PARTICULIERES

- L'exploitation des supports pédagogiques doit déboucher sur une mise en situation de l'élève.
- L'enseignant veillera à ce que les matières abordées ainsi que l'acquisition progressive des savoir-faire soient le reflet le plus fidèle possible de la **réalité professionnelle**. Les documents analysés, les situations proposées ainsi que les applications réalisées seront donc conformes à ce que l'élève pourra rencontrer dans son activité professionnelle.
- Lors de l'étude des différents documents, l'accent sera mis sur les **conditions d'utilisation, le mécanisme de fonctionnement** (notamment à l'aide de schémas synthétiques), les modalités à respecter. On utilisera de préférence des **documents réels**. En ce qui concerne plus particulièrement les documents de paiement, il convient d'utiliser des **spécimens de différents organismes financiers** afin de respecter la réglementation en matière de publicité dans les écoles.
- **Les contenus d'apprentissage seront abordés dans le cadre de la constitution de petits dossiers intégrant progressivement les différentes situations d'apprentissage avec documents en chaîne.** Les dossiers **UNICAP (3 modules)**, largement diffusés dans les établissements scolaires, intègrent parfaitement cette méthodologie. Ils peuvent être utilisés de manière **ponctuelle** ou **plus suivie**.
- **De toute façon, il est vivement conseillé de situer l'étude des documents dans le cadre d'une simulation d'entreprise.**

CONTENUS D'APPRENTISSAGE OBLIGATOIRES	SITUATIONS D'APPRENTISSAGE RENCONTRANT LES COMPETENCES DU PROFIL DE FORMATION	CONTENUS D'APPRENTISSAGE FACULTATIFS
---	--	--

## 1. L'entreprise commerciale

1.1. Le commerçant <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les personnes physiques et les personnes morales</li> <li>• Les actes de commerce</li> <li>• Le fonds de commerce</li> </ul>	Sur la base d'offres d'emploi, distinguer personne physique de personne morale.	La volonté d'entreprendre
	Proposer des activités et déterminer si celui qui les exerce est commerçant en se référant à la liste légale des actes de commerce.	
	A l'occasion d'un entretien avec un commerçant, induire les pièges à éviter quant à l'estimation d'un fonds de commerce.	
	Suite à une rencontre avec un notaire, établir une liste des démarches à entreprendre lors de l'installation.	
1.2. Les formalités liées à l'installation du commerçant		
1.3. Le financement <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les fonds propres</li> <li>• Les aides publiques</li> <li>• Les crédits</li> </ul>	Dans le cadre de situations données, rechercher le moyen de financement le plus approprié.	

## 2. Les opérations d'achat et de vente

2.1. Les principes juridiques du contrat de vente	Découvrir, à partir de l'analyse d'un contrat de vente <b><u>simple</u></b> , les éléments juridiques essentiels d'une transaction commerciale.	
2.2. Les conditions générales de la vente ( <i>la qualité, la quantité, le conditionnement, le prix, les réductions sur le prix, la livraison et le règlement</i> )	Identifier, au travers de l'analyse de divers supports, les conditions générales d'une vente.  Les présenter, avec leurs spécificités, sous forme d'un tableau récapitulatif.	
2.3. Les phases de la vente et les documents qui y correspondent	Représenter, à l'aide d'une ligne du temps, les différentes phases d'un contrat de vente.	

L'étude des phases de la vente et des documents qui s'y rapportent repose, notamment, sur la maîtrise des notions relatives aux :

\* **techniques du calcul commercial** :

- la règle de trois
- le calcul des pourcentages
- le calcul d'un taux
- le calcul d'un intérêt
- les règles de l'arrondi

\* **bases du courrier commercial**

Ces notions seront abordées **ponctuellement** dans les situations d'apprentissage proposées.

**Exemples** :

- le calcul des pourcentages sera traité lors de l'analyse des réductions de prix ;
- les règles de l'arrondi seront appliquées à l'occasion d'une facturation ;
- la structure de la lettre commerciale sera découverte dans le cadre de la rédaction d'une lettre ordinaire de demande de prix ;
- la rédaction d'une lettre de réclamation dans le cas d'une facture incorrecte.

<ul style="list-style-type: none"> <li>la demande de prix ( la lettre ordinaire, le formulaire, ...)</li> <li>l'offre de prix ( le catalogue, la lettre ordinaire, la liste de prix,...)</li> <li>la commande ( le bon de commande )</li> <li>la livraison et l'expédition ( la note d'envoi )</li> <li>la réception ( l'accusé de réception, la fiche de stock )</li> </ul>	<p>Effectuer des opérations diverses en relation avec les phases de la vente :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- rechercher des noms et adresses de fournisseurs ;</li> <li>- rédiger ou compléter un document de demande de prix ;</li> <li>- répondre à une demande de prix en rédigeant une offre sur la base d'un catalogue ;</li> <li>- rechercher des offres de prix relatives à un même bien ( service ) mais provenant de sources différentes ( catalogue, lettre ordinaire, prospectus, Internet, télé-achat) ;</li> <li>- calculer des offres de prix ;</li> <li>- 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 ;</li> <li>- rédiger un bon de commande ;</li> <li>- détecter des erreurs ou omissions dans des documents commerciaux ( facture, lettre de commande, ... ) ;</li> <li>- rédiger ou compléter une note d'envoi ;</li> <li>- réceptionner une commande ;</li> <li>- tenir des fiches de stock ;</li> <li>- 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 ;</li> <li>- calculer une TVA ;</li> <li>- rédiger une facture sur la base d'un bon de commande ;</li> <li>- classer divers documents commerciaux ;</li> <li>- contrôler des factures reçues ;</li> <li>- d'envoi ;</li> <li>- dresser le listing des clients à partir des factures de vente ;</li> </ul>	<p>Les réductions sur le poids.</p> <p>La confirmation de commande</p>
--	---	--

<ul style="list-style-type: none"> <li>• la facturation : <ul style="list-style-type: none"> <li>* la TVA <ul style="list-style-type: none"> <li>- la notion de valeur ajoutée</li> <li>- le mécanisme</li> </ul> </li> <li>* les documents ( <i>la facture, la note de débit, la note de crédit</i> )</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- mettre à jour le listing des fournisseurs à partir des factures d'achat ;</li> <li>- rédiger un document rectificatif de la facture.</li> </ul>	
---	--	--

## 6<sup>e</sup> année

Techniques de vente	6 périodes / semaine
Travaux pratiques de vente	6 périodes / semaine
Documents commerciaux	2 périodes / semaine
Informatique de gestion	2 périodes / semaine

## CONSIDERATIONS METHODOLOGIQUES GENERALES

- ❑ 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 profil de formation.

- ❑ L'apprentissage peut découler de l'action : c'est le but de la **pédagogie par projet**. Celle-ci oblige les apprenants à planifier, à 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 3<sup>e</sup> degré de l'enseignement professionnel est particulièrement importante.

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](http://www.restode.cfwb.be/sc_eco)



# TECHNIQUES DE VENTE

6 périodes / semaine

## COMPETENCES DU PROFIL DE FORMATION RENCONTREES

Le développement des compétences indiquées dans le profil de formation implique la maîtrise de notions en économie générale, en économie de l'entreprise, en droit et en éducation du consommateur.

### REFERENTIEL

Compétences à maîtriser ( <i>CM</i> )	Compétences à exercer ( <i>CEF/CEP</i> )
1.1.1	5.6.1
1.2.7	5.6.2
2.1.3	5.6.3
2.4.1	10.2.1
3.1.1	10.2.2
4.1.1	10.2.3
4.5.1	10.2.4
5.6.4	10.2.5
	10.2.6
	10.2.7
	11.3.1
	11.3.2

Les références indiquées dans le tableau ci-dessus correspondent à la numérotation des compétences énoncées dans le profil de formation du(de la) Vendeur(Vendeuse) qui peut être consulté sur le site Internet : [http://www.restode.cfwb.be/sc\\_eco](http://www.restode.cfwb.be/sc_eco).

## 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.
- Donner une idée d'ensemble de ce qu'est la publicité.
- Montrer l'impact de la publicité :
  - sur les ventes d'un magasin ;
  - sur l'économie du pays.

## CONSIDERATIONS METHODOLOGIQUES PARTICULIERES

- L'enseignement doit être le plus concret possible, grâce à des visites (foires, salons, magasins,...), des enquêtes sur le terrain, 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'étude de cette matière nécessite la constitution d'une documentation abondante (catalogues, statistiques, ...).
- L'interview de personnes-ressources (grossistes, commerçants, courtiers en publicité, ...) constitue un outil intéressant.
- L'élaboration d'un dossier de synthèse devrait reposer sur une approche interdisciplinaire.

CONTENUS D'APPRENTISSAGE OBLIGATOIRES	SITUATIONS D'APPRENTISSAGE RENCONTRANT LES COMPETENCES DU PROFIL DE FORMATION	CONTENUS D'APPRENTISSAGE FACULTATIFS
---	--	--

## 1. Le produit

1.1. Les familles de produits 1.2. Les groupes de produits 1.3. Le classement des produits	<p>Etablir un tableau comparatif des produits en fonction de leur destination (consommation finale, consommation intermédiaire et investissement).</p> <p>Lors de la visite d'une supérette, d'un supermarché, d'un hypermarché, analyser :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- la disposition des différents rayons dans les magasins ;</li> <li>- le rangement des produits dans les rayons.</li> </ul>	
--	--	--

## 2. Les caractéristiques des produits

2.1. Le cycle de vie du produit	Analyser le cycle de vie d'un produit électroménager.	
2.2. Les circuits de distribution	Etablir le circuit de distribution de produits (exemples : GSM, VTT, automobile, ...) et mettre en évidence le rôle de chaque intervenant.	
2.3. Les caractéristiques physiques, techniques, commerciales et affectives (la notoriété, la ligne, la gamme, la marque, le logotype).	Retracer l'évolution dans le temps d'un produit (exemple : GSM, VTT, automobile, ...) en ce qui concerne les critères énoncés ci-contre.	

### 3. L'étude des produits

3.1. La vie du produit	<p>Au départ :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- de la visite d'une entreprise de produits de luxe, électroménagers, ... ;</li><li>- d'une cassette vidéo ;</li><li>- de revues d'organismes professionnels ;</li><li>- des ressources d'une bibliothèque ;</li><li>- ...</li></ul> <p>établir le cycle de fabrication et de distribution de différents produits .</p> <p>Une dizaine de produits de luxe, électroménagers, ... au moins seront envisagés en fonction des saisons (critère temps) et des spécificités locales (critère espace).</p>	
3.2. La connaissance du produit	<p>A partir de ces études, établir une fiche technique et une fiche d'argumentation des produits étudiés <b>sur la base du modèle en annexe.</b></p>	

#### 4. Les promotions

4.1. Les techniques utilisées	Sur la base de prospectus, catalogues, folders, des caractéristiques de la clientèle, du positionnement de la concurrence, ... :	
4.2. L'action de promotion des ventes	<ul style="list-style-type: none"><li>- choisir les articles à promouvoir ;</li><li>- calculer le prix ;</li><li>- sélectionner les articles et le matériel nécessaires pour réaliser une tête de gondole et pour attirer l'attention du client (flèches, étiquettes, pancartes, ...).</li></ul>	
4.3. La manifestation commerciale	Dans le cadre d'une activité parascolaire, répondre à un questionnaire relatif à l'organisation d'une braderie, d'une foire commerciale, d'un salon, d'un marché, ...	

## 5. La publicité

5.1. Les supports	Recenser les supports publicitaires sur un lieu de vente et émettre un avis argumenté sur l'impact de chacun d'eux.	
5.2. Les objectifs	A partir d'une documentation professionnelle : <ul style="list-style-type: none"><li>- apparier différentes stratégies publicitaires à différents médias ;</li><li>- évaluer la pertinence de certains médias pour des campagnes spécifiques ;</li><li>- évaluer les coûts d'une campagne promotionnelle.</li></ul>	
5.3. Le message publicitaire	A partir d'un matériel publicitaire donné (pages de magazines, affiches, messages audio-visuels, ...) :	
5.4. Le budget publicitaire	<ul style="list-style-type: none"><li>- déceler la structure du message (slogan, argumentaire, ...) ;</li><li>- identifier les besoins pris en compte et les motivations sollicitées ;</li><li>- identifier les éléments narratifs et descriptifs, les éléments objectifs et subjectifs de leur contenu ;</li><li>- faire une analyse stylistique (types de phrases, tournures incitatives, ...) ;</li><li>- mettre en évidence les complémentarités entre le texte, l'image, les couleurs, la mise en page ;</li><li>- porter un jugement argumenté (technique et éthique).</li></ul>	
5.5. Le choix des médias		



## ANNEXE : LA FICHE ANALYTIQUE DU PRODUIT

Fiche technique	Argumentaire
<p><b>Identification du produit</b></p> <p>Désignation :</p> <p>Modèle :</p> <p>Références :</p> <p>Origine :</p> <p>Distributeur :</p>	<p><i>Renseignements relatifs au produit et à sa marque.</i></p>
<p><b>Caractéristiques techniques</b></p> <p>Forme :</p> <p>Description :</p> <p>Dimensions :</p> <p>Matières :</p> <p>Accessoires :</p>	<p><i>Renseignements relatifs au produit et à son utilisation.</i></p>
<p><b>Caractéristiques commerciales</b></p>	<p><i>Renseignements relatifs à la vente du produit et au suivi des ventes (article en promotion, remise, retouche gratuite, ...).</i></p>
<p><b>Objections</b></p> <p>Fondées :</p> <p>Non fondées :</p> <p>Prix :</p>	<p><i>Prévoir les objections qui pourront être avancées par le client et leur réfutation.</i></p>

# TRAVAUX PRATIQUES DE VENTE

6 périodes / semaine

Il est souhaitable que les cours de *Techniques de vente* et de *Travaux pratiques de vente* soient confiés au même professeur.

Dans l'hypothèse où cette solution ne pourrait pas être retenue, il est impératif que ces deux professeurs collaborent étroitement.

## COMPETENCES DU PROFIL DE FORMATION RENCONTREES

Le développement des compétences indiquées dans le profil de formation implique la maîtrise de notions en économie générale, en économie de l'entreprise, en droit et en éducation du consommateur.

### REFERENTIEL

Compétences à maîtriser ( <i>CM</i> )	Compétences à exercer ( <i>CEF/CEP</i> )		
1.1.1	2.1.4	6.3.1	9.3.3
1.2.7	2.1.5	6.3.2	9.3.4
2.1.3	2.3.1	6.3.3	9.3.5
2.4.2	2.3.2	6.3.4	9.3.6
3.1.1	2.4.3	6.3.5	9.4.1
3.1.6	2.4.4	6.3.7	9.4.2
5.6.4	2.4.5	6.4.1	9.4.3
6.1.2	2.4.6	6.8.1	9.4.4
7.1.2	4.2.1	6.8.2	9.4.5
9.1.1	4.3.2	6.8.3	9.5.2
9.2.1	4.3.3	7.2.2	9.5.3
9.3.1	4.3.4	7.2.3	9.5.4
9.5.1	5.6.1	9.1.2	9.5.5
	5.6.2	9.2.2	9.5.6
	5.6.3	9.2.3	11.1.1
	6.1.4	9.2.4	11.1.2
	6.2.1	9.2.5	11.1.3
	6.2.2	9.3.2	

Les références indiquées dans le tableau ci-dessus correspondent à la numérotation des compétences énoncées dans le profil de formation du(du la) Vendeur(Vendeuse) qui peut être consulté sur le site Internet : [http://www.restode.cfwb.be/sc\\_eco](http://www.restode.cfwb.be/sc_eco)

## OBJECTIFS GENERAUX DU COURS

- Assimiler un vocabulaire et des techniques spécifiques.
- Maîtriser les nouvelles techniques relatives à l'organisation et à la gestion des ventes (caisse enregistreuse, lecture optique, ...).
- Respecter les normes de sécurité et d'hygiène des personnes et des biens.
- Prendre conscience de l'importance du relationnel dans le métier de vendeur.

## CONSIDERATIONS METHODOLOGIQUES PARTICULIERES

- L'objectif essentiel de ce cours est de mettre en pratique les notions théoriques abordées dans le cadre du cours de *Techniques de vente*.
- Des visites sur le terrain sont indispensables.

OBJECTIFS POURSUIVIS	DEMARCHE
----------------------	----------

## 1. Appliquer les nouvelles techniques

1.1. Appliquer les nouvelles techniques relatives à l'organisation et la gestion des stocks.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Utiliser les technologies suivantes : <ul style="list-style-type: none"> <li>- les caisses « terminaux points de vente » ;</li> <li>- le système de lecture optique ;</li> <li>- le code barres ;</li> <li>- les balances ;</li> <li>- les périphériques de l'ordinateur central.</li> </ul> </li> <li>• Commander via l'ordinateur.</li> </ul>
1.2. Tenir la caisse.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Utiliser les différents outils de caisse (tapis roulant, lecteur optique, ...).</li> <li>• Encaisser en espèces, par carte bancaire, ...</li> <li>• Communiquer, informer en encaissant.</li> </ul>

## 2. Appliquer les normes de sécurité sur le point de vente

2.1. Interpréter les pictogrammes.	Placer les pictogrammes adéquats aux endroits appropriés en tenant compte de la législation en vigueur.
2.2. Assurer la sécurité sur le point de vente.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Appliquer les règles de sécurité dans des situations données.</li> <li>• Détecter les différents comportements suspects des clients, les zones et les articles à risque.</li> <li>• Appliquer les procédures à suivre en cas de vol par les clients et/ou le personnel.</li> </ul>

OBJECTIFS POURSUIVIS	DEMARCHE
----------------------	----------

### 3. Cadrer l'emploi de vendeur sur le marché du travail

3.1. Caractériser le marché du travail dans le domaine de la vente.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analyser des statistiques du secteur pour en déterminer les perspectives d'emploi en tenant compte des différents types d'entreprises.</li> <li>• Chercher les échelles de rémunération et les possibilités d'avancement.</li> <li>• Analyser un contrat de travail.</li> <li>• Analyser un règlement de travail.</li> <li>• Rechercher des mesures en vue d'améliorer le climat de travail au sein du point de vente (travailler en équipe, ...).</li> </ul>
3.2. Rechercher un emploi de vendeur.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consulter des offres d'emploi (journaux, agences intérim, Internet, Forem, ...).</li> <li>• Répondre à une annonce.</li> <li>• Rédiger une lettre de candidature.</li> <li>• Rédiger un curriculum vitae.</li> <li>• Simuler un entretien d'embauche en utilisant la technique du jeu de rôles.</li> </ul>

OBJECTIFS POURSUIVIS	DEMARCHE
----------------------	----------

#### 4. Connaître le produit

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

#### 5. Réaliser une campagne publicitaire

5.1. Fixer des objectifs publicitaires	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Déterminer l'(es) objectif(s) à atteindre (se faire connaître, fidéliser la clientèle, entretenir la notoriété en fonction du produit ou du service et du public-cible).</li> </ul>
5.2. Déterminer le budget	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En fonction du chiffre d'affaires, de la concurrence et des ressources financières, fixer le budget de la campagne publicitaire.</li> </ul>
5.3. Elaborer le message publicitaire	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Par la méthode du « brain-storming », rédiger un message avec des mots simples, accrocheurs et facilement mémorisables, en fonction du consommateur (son milieu socio-culturel, ses revenus, son âge, ...).</li> </ul>

OBJECTIFS POURSUIVIS	DEMARCHE
5.4. Choisir le / les média(s)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En fonction d'un tableau comparatif des différents supports, sélectionner la meilleure manière d'attirer l'attention du client en tenant compte du type de produit (exemple : un produit de consommation courante n'a pas sa place dans une revue de luxe).</li> <li>• Choisir un ou des moyens d'action tels que <ul style="list-style-type: none"> <li>- les relations publiques (foires, manifestations sportives, sponsoring, ...),</li> <li>- le marketing direct (mailing, téléphone, offres personnalisées, ...),</li> <li>- le logo,</li> </ul> en fonction de la durée de vie et de la notoriété du produit.</li> <li>• Contacter une agence publicitaire en vue de réaliser un projet.</li> </ul>



# DOCUMENTS COMMERCIAUX

2 périodes / semaine

## COMPETENCES DU PROFIL DE FORMATION RENCONTREES

Le développement des compétences indiquées dans le profil de formation implique la maîtrise de notions en économie générale, en économie de l'entreprise, en droit et en éducation du consommateur.

### REFERENTIEL

<i>Compétences à maîtriser (CM)</i>	<i>Compétences à exercer (CEF/CEP)</i>
3.1.1 4.1.2 4.1.3 4.1.6 6.1.1 6.1.2 6.1.5 6.3.6 6.6.1 6.7.1 7.1.1 7.2.1	4.1.4 4.1.5

Les références indiquées dans le tableau ci-dessus correspondent à la numérotation des compétences énoncées dans le profil de formation du(de la) Vendeur(Vendeuse) qui peut être consulté sur le site Internet : [http://www.restode.cfwb.be/sc\\_eco](http://www.restode.cfwb.be/sc_eco).

## OBJECTIFS GENERAUX DU COURS

- Assimiler un vocabulaire et des techniques spécifiques.
- Maîtriser les principes relatifs aux commerçants et aux actes de commerce.
- Décomposer le mécanisme chronologique d'une opération commerciale.
- Résoudre des situations-problèmes mettant en œuvre des documents administratifs, commerciaux, financiers et juridiques.
- Prendre conscience de la conformité et de la complétude des documents.
- Communiquer les anomalies à la personne responsable.
- Choisir le document adéquat dans une situation donnée.

## CONSIDERATIONS METHODOLOGIQUES PARTICULIERES

- L'exploitation des supports pédagogiques doit déboucher sur **une mise en situation** de l'élève.
- L'enseignant veillera à ce que les matières abordées ainsi que l'acquisition progressive des savoir-faire soient le reflet le plus fidèle possible de la **réalité professionnelle**. Les documents analysés, les situations proposées ainsi que les applications réalisées seront donc conformes à ce que l'élève pourra rencontrer dans son activité professionnelle.
- Lors de l'étude des différents documents, l'accent sera mis sur les **conditions d'utilisation, le mécanisme de fonctionnement** (notamment à l'aide de schémas synthétiques), les modalités à respecter. On utilisera de préférence des **documents réels**. En ce qui concerne plus particulièrement les documents de paiement, il convient d'utiliser des **spécimens de différents organismes financiers** afin de respecter la réglementation en matière de publicité dans les écoles.
- **Les contenus d'apprentissage seront abordés dans le cadre de la constitution de petits dossiers intégrant progressivement les différentes situations d'apprentissage avec documents en chaîne.** Les dossiers **UNICAP (3 modules)**, largement diffusés dans les établissements scolaires, intègrent parfaitement cette méthodologie. Ils peuvent être utilisés de manière **ponctuelle** ou **plus suivie**.
- **De toute façon, il est vivement conseillé de situer l'étude des documents dans le cadre d'une simulation d'entreprise.**

CONTENUS D'APPRENTISSAGE OBLIGATOIRES	SITUATIONS D'APPRENTISSAGE RENCONTRANT LES COMPETENCES DU PROFIL DE FORMATION	CONTENUS D'APPRENTISSAGE FACULTATIFS
---	--	--

### 1. La facturation

Rappel des notions, documents et techniques spécifiques aux opérations de l'entreprise abordés en cinquième année : de la demande de prix au règlement de la commande.	Les applications seront basées sur l'exploitation de documents en chaîne en fonction du niveau des élèves.	
--	--	--

### 2. Le paiement

2.1. Sans intermédiaire <ul style="list-style-type: none"> <li>• l'acquit</li> <li>• la quittance</li> </ul>	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.	Le reçu
2.2. Par l'intermédiaire d'un organisme financier <ul style="list-style-type: none"> <li>• le compte à vue ( <i>ouverture, gestion, documents</i> )</li> </ul>	Rechercher de la documentation auprès de diverses institutions financières afin de déterminer les conditions et modalités requises pour ouvrir un compte à vue et pour pouvoir l'utiliser. Etablir un tableau comparatif.	Le compte d'épargne

<ul style="list-style-type: none"> <li>• le versement</li> <li>• le virement</li> <li>• le chèque</li> <li>• les cartes ( <i>de paiement, de crédit, de garantie, Proton, ...</i> )</li> <li>• la domiciliation</li> <li>• l'ordre permanent</li> <li>• le règlement par téléphone, par P.C., par Internet,...</li> </ul>	<p>Choisir le(s) document(s) de paiement approprié(s) à des situations données et en schématiser le mécanisme de fonctionnement.</p> <p>Reconnaître, dans un ensemble de documents, celui (ceux) qui est (sont) approprié(s) à des tâches déterminées.</p> <p>Rédiger, à partir de factures diverses, les documents de paiement qui y correspondent.</p> <p>Effectuer une enquête auprès d'utilisateurs de « cartes de paiement » afin d'en déterminer les conditions d'utilisation, les avantages et inconvénients, les dangers, ...</p> <p>Questionner les parents à propos de l'utilisation de la domiciliation et de l'ordre permanent afin :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• d'induire les deux concepts ;</li> <li>• de déduire une liste de situations convenant à chacune des formules.</li> </ul>	<p>Le mandat</p>
---	---	------------------

### 3. La gestion des stocks

3.1. Les entrées et les sorties	<p>Au départ d'une fiche de stock :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- différencier entrée de sortie ;</li><li>- différencier « bon de livraison fournisseur » de « bon de livraison client » (BLF et BLC) ;</li><li>- faire ressortir son utilité.</li></ul> <p>Etablir une fiche de stock en fonction d'une situation donnée.</p> <p>Calculer la valeur des stocks suivant les différentes méthodes et les comparez.</p> <p>Procéder sur place à l'inventaire physique d'un petit magasin.</p>	La tenue des stocks en valeur
3.2. Les fiches		
3.3. La tenue des stocks en quantité		
3.4. La tenue des stocks en valeur (LIFO, FIFO, CPM)		
3.5. L'inventaire physique		

# INFORMATIQUE DE GESTION

2 périodes / semaine



## COMPETENCES DU PROFIL DE FORMATION RENCONTREES

Le développement des compétences indiquées dans le profil de formation implique la maîtrise de notions en économie générale, en économie de l'entreprise, en droit et en éducation du consommateur.

### REFERENTIEL

<i>Compétences à maîtriser (CM)</i>	<i>Compétences à exercer (CEF/CEP)</i>
1.2.7 2.3.4 4.1.2 4.1.3 4.1.6 6.1.1 6.1.2 6.1.3 6.1.5 6.3.6 6.6.2 7.1.1 7.2.1 8.2.1 8.2.2	4.1.4 4.1.5 8.2.3

Les références indiquées dans le tableau ci-dessus correspondent à la numérotation des compétences énoncées dans le profil de formation du(de la) Vendeur(Vendeuse) qui peut être consulté sur le site Internet : [http://www.restode.cfwb.be/sc\\_eco](http://www.restode.cfwb.be/sc_eco).

# 1. Notions de système d'exploitation

## Les TIC

(Technologies de l'Information et de la Communication)

Temps suggéré : 15 périodes

## OBJECTIFS GENERAUX DU MODULE

- Maîtriser les principales fonctions d'un système d'exploitation.
- Prendre conscience de l'importance des TIC dans la vie professionnelle et dans la vie quotidienne.
- Assimiler un vocabulaire et des techniques spécifiques.
- Résoudre des situations-problèmes recourant aux TIC.

## CONSIDERATIONS METHODOLOGIQUES PARTICULIERES

- L'informatique doit rester un outil au service d'autres disciplines.
- Si l'appropriation de savoirs ( vocabulaire, mécanismes, ...) ne se conteste pas, l'enseignement devra porter essentiellement sur l'acquisition de savoir-faire tels que la résolution de situations-problèmes **signifiantes** faisant appel aux connaissances acquises des apprenants.
- Le concept pédagogique de **transfert** doit prendre ici tout son sens.

CONTENUS D'APPRENTISSAGE OBLIGATOIRES	SITUATIONS D'APPRENTISSAGE RENCONTRANT LES COMPETENCES DU PROFIL DE FORMATION	CONTENUS D'APPRENTISSAGE FACULTATIFS
---	--	--

## 1. Introduction

<ul style="list-style-type: none"> <li>Le matériel (hardware) : ordinateur, écran, clavier, souris, lecteurs, imprimante, modem, scanner, ...</li> <li>Les logiciels (software)</li> </ul>	<p><b>Ces notions sont étudiées au cours de <i>Bureautique</i>. Le professeur s'assurera simplement de leur maîtrise.</b></p>	
--	---	--

## 2. Le système d'exploitation (actuellement Windows).

<ul style="list-style-type: none"> <li>Le démarrage L'arrêt</li> <li>La barre des tâches</li> <li>Les icônes</li> <li>La corbeille</li> <li>Les boîtes de dialogue</li> <li>Les fenêtres</li> <li>Le poste de travail</li> </ul>	<p><b>Ces notions sont étudiées au cours de <i>Bureautique</i>. Le professeur s'assurera simplement de leur maîtrise.</b></p>	
--	---	--

### 3. Internet

<ul style="list-style-type: none"><li>• Les premiers pas sur Internet : la recherche<ul style="list-style-type: none"><li>- <b>le matériel nécessaire</b> : ordinateur, connexion téléphonique, fournisseur d'accès, logiciel de navigation</li><li>- <b>le site Internet</b> : adresse, première page, liens</li></ul></li><li>• La récupération d'une information</li><li>• La recherche d'une information</li></ul>	Réalisation d'exercices de recherche de documentation à caractère social et juridique par Internet.	
--	---	--

## 2. Logiciel de facturation

Temps suggéré : 29 périodes

## OBJECTIFS GENERAUX DU MODULE

- Assimiler un vocabulaire et des techniques spécifiques.
- Résoudre des situations-problèmes relatives à l'encodage de factures, notes de crédit et notes de débit.
- Résoudre des situations-problèmes relatives à la mise à jour des stocks.

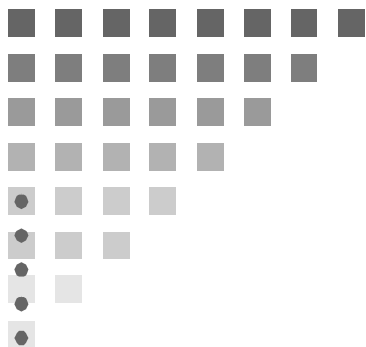
## CONSIDERATIONS METHODOLOGIQUES PARTICULIERES

- Préalablement à l'utilisation du logiciel de facturation, le professeur devra rassembler les informations permettant la constitution et l'encodage des fichiers clients, fournisseurs et stocks dans le contexte d'une simulation d'entreprise.
- Les travaux seront réalisés en partie sur la base de documents réels ou de fac-similés et en partie sur la base d'énoncés.

<p>CONTENUS D'APPRENTISSAGE OBLIGATOIRES</p>	<p>SITUATIONS D'APPRENTISSAGE RENCONTRANT LES COMPETENCES DU PROFIL DE FORMATION</p>	<p>CONTENUS D'APPRENTISSAGE FACULTATIFS</p>
--	--	---

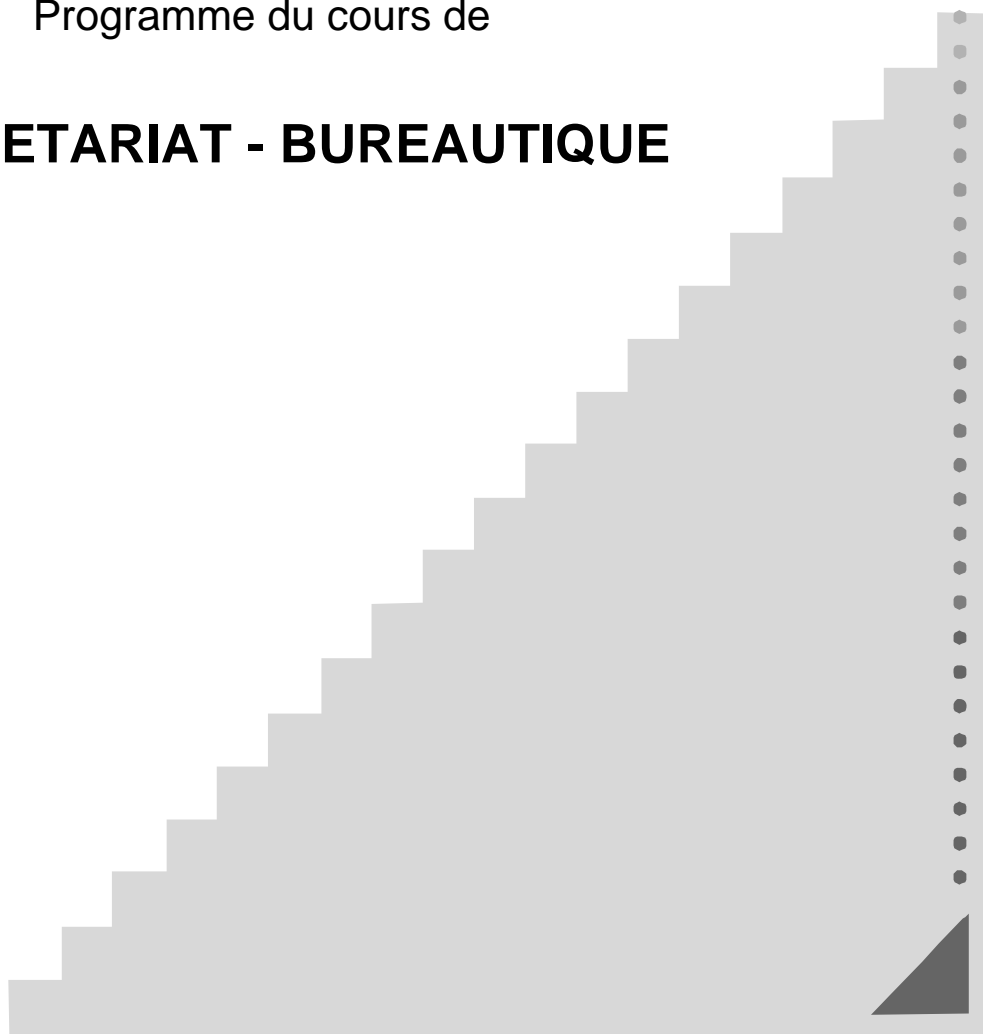
<ul style="list-style-type: none"> <li>• La gestion des fichiers de base.</li> <li>• L'édition des fichiers de base.</li> <li>• L'encodage des documents Clients et Fournisseurs.</li> <li>• L'encodage des mouvements de stock et des opérations d'inventaire.</li> <li>• L'impression des documents.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gérer les fichiers Clients, Fournisseurs et Stocks.</li> <li>• Editer les fichiers Clients, Fournisseurs et Stocks.</li> <li>• Encoder les factures et notes de crédit.</li> <li>• Encoder les bons de livraison.</li> <li>• Mettre le stock à jour et réaliser les opérations d'inventaire.</li> <li>• Imprimer les différents documents.</li> </ul>	
---	--	--





Programme du cours de

# **SECRETARIAT - BUREAUTIQUE**



## ORGANISATION DU PROGRAMME D'ÉTUDES

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

### MODELE D'ORGANISATION DES ACTIVITES EN SECRETARIAT-BUREAUTIQUE

5 <sup>e</sup> P 3 heures/semaine	6 <sup>e</sup> P 3 heures/semaine
<b>Buro 1</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▫ Le matériel informatique et la gestion informatisée des dossiers</li> <li>▫ Les fonctions essentielles du logiciel de traitement de texte</li> <li>▫ L'édition de textes simples et de courrier</li> </ul>	<b>Buro 3</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▫ Le traitement automatisé des documents commerciaux</li> <li>▫ Le publipostage</li> <li>▫ La communication téléphonique et la télécopie</li> </ul>
<b>Buro 2</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▫ Le traitement des documents administratifs et la mise en page de documents publicitaires et d'affichage</li> <li>▫ Les fonctions de formatage et d'insertion</li> <li>▫ Les notions de communication et d'accueil</li> </ul>	<b>Buro 4</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▫ Le tableur</li> <li>▫ L'intégration des applications bureautiques</li> <li>▫ La reproduction de documents</li> <li>▫ NTIC</li> </ul>

Le professeur aura la latitude d'étoffer les contenus<sup>1</sup> abordés, notamment avec les activités renseignées en italique; l'évaluation se limitera néanmoins aux indicateurs définis.

A l'intérieur même des cours, l'exercice **régulier** de certaines activités comme "exploiter les fonctions de base d'un logiciel de traitement de texte, d'un tableur" permettra de maîtriser les compétences.

<sup>1</sup> **Contenus opérationnels:** habiletés liées au développement des compétences conduisant à la concrétisation et à la réalisation des activités; ce sont les savoir-faire.

**Contenus associés:** savoirs nécessaires pour entreprendre correctement les apprentissages permettant le développement des compétences liées à la concrétisation des activités; ce sont les notions de théorie.

## CONSIDERATIONS METHODOLOGIQUES GENERALES

### A MEDITER

*Si l'on veut que l'apprenant(e) s'approprie réellement le savoir, il faut transformer le savoir choisi en situation à vivre car la connaissance procède de l'expérience.*

### MÉTHODOLOGIE

---

**Le modèle constructiviste ou de résolution de problèmes** est conseillé. Ce modèle se caractérise essentiellement par l'idée que ce sont les apprenant(e)s qui construisent leur savoir à partir de situations proches de la réalité. La conception de ce modèle s'appuie sur la recherche personnelle de l'apprenant(e).

La démarche méthodologique peut suivre le schéma suivant:

- **percevoir**  
l'apprenant(e) est placé face à une situation; il prend conscience de son «non-savoir» lié au problème à résoudre: observer, différencier, associer;
- **chercher**  
c'est l'étape du traitement de l'information: poser des hypothèses, analyser, choisir, expérimenter, critiquer;
- **s'exprimer**  
rédiger un résumé, reformuler une idée, une procédure... - c'est synthétiser, définir une matière, une procédure adéquate;
- **appliquer**  
et rendre le nouveau savoir transférable – c'est aussi une mémorisation à long terme.

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

#### Conditions de fonctionnement du modèle:

- le matériel didactique, l'abondance et la qualité des matériaux proposés;
- une organisation du travail variée (recherche individuelle, en petits groupes...);
- avoir confiance dans les capacités des apprenant(e)s et prendre en compte ses caractéristiques affectives, intellectuelles et ses compétences.

## RÔLE DE L'ENSEIGNANT PENDANT CES ACTIVITÉS

L'enseignant sera:

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

Lors d'un nouvel apprentissage, il veillera à:

- maintenir ou provoquer la poursuite du travail (motivation, animation, gestion du temps, des groupes ...);
- fournir aux apprenant(e)s des vues d'ensemble régulières (synthèses);
- aider l'apprenant(e) à trouver les moyens d'exprimer son cheminement (procédures et matières);
- mesurer le résultat sous forme d'évaluation formative.

Les activités décrites dans le profil 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.

Durant toute la formation, il est conseillé de poursuivre l'objectif qui consiste à favoriser le développement individuel de l'étudiant afin de lui permettre une bonne insertion professionnelle et sociale. Des pratiques et des comportements professionnels seront donc développés tout au long de la formation.

Dans le but de permettre un accès aisé au monde du travail, il est prioritaire d'entraîner l'élève à acquérir **des méthodes de travail et le sens de l'organisation**. Cet entraînement se fera à partir de mises en situation réelles ou simulées et adaptées au contexte des activités du secteur de la vente.

En ce qui concerne la communication orale, le professeur doit favoriser la mise en place de situations où l'étudiant sera amené à s'exprimer; il doit contrôler systématiquement la qualité de toute communication orale. L'attention doit être attirée sur l'utilisation du vocabulaire correspondant au registre de langage et à la situation présente ou décrite. Le sens de la communication et du savoir-vivre est à développer tout au long de l'apprentissage.

L'enseignant amènera l'apprenant(e) à l'autonomie. Il favorisera le développement du sens critique.

## **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(e) de progresser; c'est un diagnostic qui s'intègre de manière constante dans le processus d'apprentissage afin d'aider l'apprenant(e) 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 et débouche sur une proposition de remédiation.

L'évaluation formative s'intègre donc 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(e).

### **L'EVALUATION CERTIFICATIVE**

L'évaluation certificative permet de signifier dans quelle mesure le travail accompli par l'apprenant(e) 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'auto-évaluation qui amène l'apprenant(e) 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 du classeur peut faire l'objet d'une application et d'une évaluation dans le cadre du cours.

Deux tests d'évaluation certificative par période seront conservés à l'établissement. Ils devront impérativement prendre en compte les indicateurs de maîtrise des compétences.

### EVALUATION D'UN DOCUMENT EDITE PAR TRAITEMENT DE TEXTE

LE RESULTAT		100 %
L'aspect visuel		
Précision du texte		60
Respect du code d'imprimerie		20
Respect des conventions		10
Esthétique et créativité		10

LA REALISATION		100 %
L'aspect technique		
Méthode de travail		30 - 40
Respect des consignes		40 - 50
Temps alloué		10 - 30

## INFRASTRUCTURE ET ÉQUIPEMENT

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 "Secrétariat-Bureautique" dans une classe équipée notamment de (d'):

- un ordinateur par élève (Pentium),
- une imprimante (par switch ou par réseau),
- une ligne téléphonique,
- une connexion à l'Internet,
- une perforatrice,
- un matériel didactique de référence (annuaires, répertoires, dictionnaires, ...).

**BURO 1****LE MATERIEL INFORMATIQUE ET LA GESTION INFORMATISEE DES DOSSIERS  
LES FONCTIONS ESSENTIELLES DU LOGICIEL DE TRAITEMENT DE TEXTE  
L'EDITION DE TEXTES SIMPLES ET DE COURRIER****ACTIVITES**

- Présenter les produits et services susceptibles de rencontrer les besoins, (...) du client et/ou lui fournir une documentation (répertoriée en 2.3).

COMPETENCES	CONTENUS OPERATIONNELS	CONTENUS ASSOCIES	INDICATEURS DE MAITRISE DES COMPETENCES
	<p><b>LE MATERIEL INFORMATIQUE</b></p> <p>A partir d'un document illustré, identifier le matériel informatique de base.</p> <p>Paramétrer les principales fonctions du système d'exploitation:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>▫ mettre à jour la date et l'heure,</li><li>▫ utiliser la calculatrice,</li><li>▫ créer et gérer les dossiers et les fichiers.</li></ul> <p>Appliquer les procédures de base relatives à l'utilisation d'un ordinateur:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>▫ gérer la taille des fenêtres affichées,</li><li>▫ se déplacer d'une application à une autre,</li><li>▫ fermer toutes les applications.</li></ul>	<p>Le matériel informatique et le rôle des différents composants de l'ordinateur.</p> <p>Les principales fonctions du système d'exploitation:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>▫ gestion de l'affichage à l'écran,</li><li>▫ gestion des dossiers et fichiers.</li></ul>	



COMPETENCES	CONTENUS OPERATIONNELS	CONTENUS ASSOCIES	INDICATEURS DE MAITRISE DES COMPETENCES
	<p><b>MISE EN PAGE</b></p> <p>Appliquer les règles d'édition lors de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▫ l'encodage des données;</li> <li>▫ la présentation d'un texte à caractère commercial selon le style américain;</li> <li>▫ la présentation d'une lettre commerciale avec des références selon la disposition "Bloc à la marge".</li> </ul> <p>Identifier les correspondants (expéditeur, destinataire).</p> <p>Relever les coordonnées relatives à l'émetteur et au récepteur.</p> <p><b>BUREAUTIQUE</b></p> <p>Selon des consignes, utiliser les principales fonctions du logiciel de traitement de texte:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▫ ouvrir, enregistrer dans le répertoire adéquat et fermer le fichier;</li> <li>▫ gérer les déplacements du curseur;</li> <li>▫ insérer et supprimer des caractères, des mots et des paragraphes;</li> <li>▫ mettre en évidence: <ul style="list-style-type: none"> <li>• les mots (police, taille, attributs),</li> <li>• les paragraphes (alignements);</li> </ul> </li> <li>▫ imprimer le fichier.</li> </ul>	<p>La ponctuation. L'utilisation des majuscules. L'emploi des chiffres et des symboles.</p> <p>La disposition du texte selon le style américain.</p> <p>Le schéma de la lettre selon la disposition "Bloc à la marge".</p> <p>Quelques notions de correspondance commerciale:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▫ les parties obligatoires d'une lettre commerciale;</li> <li>▫ les références de l'expéditeur et du destinataire;</li> <li>▫ les zones de la lettre.</li> </ul> <p>Démarrage et fermeture d'un logiciel.</p> <p>Les procédures de sauvegarde et de récupération de documents.</p> <p>L'utilisation efficace des différentes parties du clavier.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▫ clavier alphanumérique</li> <li>▫ pavé numérique</li> <li>▫ touches de déplacement</li> <li>▫ touches de fonction</li> </ul> <p>Les options d'impression.</p>	

COMPETENCES	CONTENUS OPERATIONNELS	CONTENUS ASSOCIES	INDICATEURS DE MAITRISE DES COMPETENCES
Utiliser des références courantes (répertoires, catalogues, listings, tarifs, etc.) (2.3.4).	<p><b>L'ORGANISATION DU CLASSEMENT</b></p> <p>A partir d'une situation, sélectionner un mode de rangement de documents.</p> <p><b>Classement manuel et informatique</b></p> <p>Selon des consignes ou en fonction des besoins:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▫ réaliser des intercalaires et classer les documents dans une farde;</li> <li>▫ rechercher une information classée dans un support papier ou informatique;</li> <li>▫ trier des objets selon une classification pertinente;</li> <li>▫ classer les fichiers informatiques alphabétiquement et chronologiquement.</li> </ul>	<p>Le mobilier et le matériel de classement.</p> <p>Les classifications usuelles:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▫ alphabétique,</li> <li>▫ chronologique,</li> <li>▫ idéologique.</li> </ul> <p>Le classement informatisé des dossiers et fichiers.</p>	L'apprenant(e) trouve rapidement, dans une documentation professionnelle, des informations qui lui sont demandées

## CONSEILS METHODOLOGIQUES

### TRAITEMENT DE TEXTE ET BUREAUTIQUE

Chaque élève doit disposer de son propre poste de travail.

Il est recommandé d'utiliser le gestionnaire de fichiers pour l'archivage des documents sur le disque dur; l'unité périphérique servira aux copies de sécurité.

Le professeur aidera l'apprenant(e) à:

- développer des compétences de savoir-faire et de savoir-être,
- travailler de manière logique,
- utiliser les logiciels dans le respect des procédures,
- adopter un maintien correspondant aux normes de l'inspection du travail et des recommandations européennes,
- mettre en œuvre plusieurs mécanismes de mémorisation (visuelle, auditive, gestuelle),
- acquérir une méthode de travail et un objectif d'efficacité et de précision.

L'utilisation d'un didacticiel d'apprentissage du clavier peut être envisagée pour:

- consolider les acquis,
- développer une certaine dextérité qui sera très utile tant lors de l'utilisation de l'ordinateur que d'une caisse enregistreuse.

Les principales fonctions des logiciels bureautiques seront exploitées au travers de documents propres à l'activité d'un vendeur.

Le professeur s'efforcera d'employer un vocabulaire clair et concis. De nombreux exercices permettront de fixer la théorie.

### L'ORGANISATION DU CLASSEMENT

L'étude des types de classifications et les activités de savoir-faire seront proposées dans le cadre d'un projet ou de situations couramment traitées dans la vente.

## **L'EVALUATION**

Les critères et les conditions d'évaluation seront communiqués aux apprenants; ils porteront sur la précision de recherche et de classement dans un temps donné.

### ***En bureautique***

L'évaluation 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 de l'application des fonctions bureautiques, la consultation des notes ou "l'aide en ligne" est autorisée.

### ***En secrétariat***

Les critères

**BURO 2****LE TRAITEMENT DES DOCUMENTS ADMINISTRATIFS ET LA MISE EN PAGE DES DOCUMENTS PUBLICITAIRES  
LES FONCTIONS DE FORMATAGE ET D'INSERTION  
LES NOTIONS DE COMMUNICATION ET D'ACCUEIL****ACTIVITES**

- Gérer l'après-vente (répertorié 6.7).
- Réaliser des lettrages (répertoriée en 5.1).
- Saluer le client en face à face (répertoriée en 1.1).
- Développer des attitudes professionnelles (répertoriée en 11.2).
- Développer des attitudes déontologiques (répertoriées en 11.3).

COMPETENCES	CONTENUS OPERATIONNELS	CONTENUS ASSOCIES	INDICATEURS DE MAITRISE DES COMPETENCES
Compléter les documents administratifs: fiche de crédit, contrat de service après-vente, garantie, contrat de location, etc. (6.7.1).	<b>MISE EN PAGE</b>  Relever les termes du corps de la lettre indiquant les pièces jointes au courrier.  Présenter une lettre commerciale avec la rubrique "annexe" selon la disposition "bloc à la date" (style américain) en respectant les règles d'édition.  Au départ d'une mise en situation et d'un fichier type pré-encodé (contrat, ...): <ul style="list-style-type: none"><li>▫ compléter et/ou modifier des données (nom, adresse, prix, dates, ...);</li><li>▫ respecter les règles de présentation des documents de plus d'une page.</li></ul>	L'emplacement et le libellé de la mention "annexe".  Le schéma de la lettre selon la disposition "bloc à la date" (style américain)  La disposition des documents longs.	L'apprenant(e) identifie les données indispensables et les saisit correctement.

COMPETENCES	CONTENUS OPERATIONNELS	CONTENUS ASSOCIES	INDICATEURS DE MAITRISE DES COMPETENCES
Maîtriser l'écriture normalisée à main levée et utiliser les fonctions de base d'un logiciel spécifique à la réalisation de lettrages (5.1.1).	<p>Sur base de consignes, réaliser la présentation d'une affiche à caractère promotionnel, événementiel... en respectant les règles de mise en page.</p> <p><b>TRAITEMENT DE TEXTE ET BUREAUTIQUE</b></p> <p>A partir de consignes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▫ modifier les formats (marges, tabulations, paragraphes...);</li> <li>▫ insérer des caractères spéciaux;</li> <li>▫ gérer les sauts de page;</li> <li>▫ modifier l'orientation du document (portrait/paysage);</li> <li>▫ utiliser les outils de la correction;</li> <li>▫ insérer et mettre en forme un tableau simple;</li> <li>▫ insérer une image, un objet WordArt, un dessin.</li> </ul>	<p>Notions de mise en page relative à la mise en évidence des zones de texte, des dessins, des images...</p> <p>La présentation des données sous forme d'un tableau.</p>	<p>A partir d'un projet simple de pancarte (...), l'apprenant(e) fait un choix, adapté du style et des dimensions des lettres (...).</p> <p>Les caractères sont bien visibles. La composition (...) est de qualité.</p>

COMPETENCES	CONTENUS OPERATIONNELS	CONTENUS ASSOCIES	INDICATEURS DE MAITRISE DES COMPETENCES
<p>Repérer les comportements créant un climat commercial favorable: tenue vestimentaire, soin, niveau de langage, élocution, attitudes non verbales, formules de salutation, etc. (1.1.2).</p> <p><i>Faire preuve de diplomatie, d'empathie (11.2.3):</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▫ <i>garder son calme;</i></li> <li>▫ <i>saisir la logique et les émotions d'un interlocuteur;</i></li> <li>▫ <i>faire preuve de courtoisie.</i></li> </ul> <p><i>Respecter les normes déontologiques courantes (11.3.1):</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▫ <i>convention de politesse dans les relations interpersonnelles;</i></li> <li>▫ <i>recherche constante de la satisfaction du client.</i></li> </ul>	<p><b>NOTIONS DE COMMUNICATION ET D'ACCUEIL</b></p> <p>Sur base d'un support auditif et/ou écrit:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▫ déterminer les niveaux de langue;</li> <li>▫ reformuler des phrases selon le registre approprié à la situation.</li> </ul> <p>Sur base d'un support visuel:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▫ déterminer les éléments du paralangage;</li> <li>▫ découvrir les effets qu'ils provoquent chez le récepteur.</li> </ul> <p>Dans le cadre d'une situation simulée de vente (jeux de rôles), l'élève applique les règles et techniques d'accueil:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▫ saluer, se présenter, identifier le visiteur ;</li> <li>▫ pratiquer l'écoute active;</li> <li>▫ identifier sa demande;</li> <li>▫ l'orienter ou décider de la suite à donner.</li> </ul>	<p>Les techniques de la communication.</p> <p>Les principales règles de savoir-vivre propres à l'accueil direct:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▫ présentation,</li> <li>▫ langage,</li> <li>▫ attitudes, paralangage.</li> </ul> <p>Les facteurs favorables et les obstacles à la communication.</p>	<p>Dans des situations professionnelles réelles ou simulées et à partir d'une grille d'observation, l'apprenant(e)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▫ adopte une tenue et une attitude correctes;</li> <li>▫ choisit une formule de salutation appropriée;</li> <li>▫ applique les règles de courtoisie;</li> <li>▫ évalue son propre comportement.</li> </ul>

## CONSEILS METHODOLOGIQUES

### DOCUMENTS ADMINISTRATIFS ET PUBLICITAIRES

Le professeur donnera du sens aux activités de présentation des documents; la pièce jointe au courrier peut consister en la modification d'un fichier pré-encodé (ex.: un contrat de location, de service après-vente, de conditions générales de vente...).

### TRAITEMENT DE TEXTE ET BUREAUTIQUE

Le professeur amènera l'apprenant(e) à:

- respecter les procédures adéquates,
- choisir ses outils.

La réalisation d'une affiche peut être effectuée à l'aide d'un logiciel spécifique (Print Artist, Publisher...).

### NOTIONS DE COMMUNICATION ET D'ACCUEIL

Les compétences seront exercées lors de la réalisation d'exercices illustrant des situations de communication dans un magasin de détail, en boutique ou dans une surface spécialisée.

A partir de jeux de rôles et de simulations centrées sur l'accueil du client, le professeur amènera l'apprenant(e) à:

- appliquer les règles de savoir-vivre,
- développer des méthodes d'écoute active et l'aptitude à décoder un message,
- utiliser un vocabulaire précis et adapté à l'interlocuteur,
- contrôler l'expression orale et gestuelle: voix, intonation, accent, sourire,...
- veiller à son maintien,
- adapter sa présentation à l'événement ou aux circonstances.



**BURO 3**

**LE TRAITEMENT AUTOMATISE DES DOCUMENTS COMMERCIAUX**

**LE PUBLIPOSTAGE**

**LA COMMUNICATION TELEPHONIQUE ET LA TELECOPIE**

**ACTIVITES**

- Etablir des documents commerciaux (répertoriée en 6.1).
- Etablir les commandes sous la responsabilité du commerçant (répertoriée en 7.1).
- Participer aux décisions relatives aux choix commerciaux (répertoriée en 7.3).
- Pratiquer la vente par correspondance (répertoriée en 8.3).
- Saluer le client au téléphone (répertoriée en 1.1).
- Pratiquer la vente par téléphone (répertoriée en 8.1).

COMPETENCES	CONTENUS OPERATIONNELS	CONTENUS ASSOCIES	INDICATEURS DE MAITRISE DES COMPETENCES
<p>Reconnaître les documents commerciaux courants et leur usage (6.1.1).</p> <p>Différencier et compléter les documents liés à l'approvisionnement (7.1.1).</p> <p><i>Participer aux actions commerciales de l'entreprise: faire une hypothèse sur les raisons d'une mévente (7.3.1).</i></p>	<p><b>MISE EN PAGE</b></p> <p>Sur base de consignes et d'un modèle, présenter ou modifier et compléter un document type:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▫ un bon de commande,</li> <li>▫ une lettre de commande simple,</li> <li>▫ une lettre de réclamation,</li> <li>▫ un bordereau de livraison ou une note d'envoi.</li> </ul>	<p>Notions de correspondance commerciale.</p> <p>Mentions obligatoires dans les documents commerciaux.</p>	<p>L'apprenant(e):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▫ différencie les différents documents commerciaux;</li> <li>▫ complète ces documents à partir de consignes données.</li> </ul>

COMPETENCES	CONTENUS OPERATIONNELS	CONTENUS ASSOCIES	INDICATEURS DE MAITRISE DES COMPETENCES
<p>Identifier les principes et contextes d'application de la vente par correspondance (8.3.1).</p>	<p>A l'occasion d'une offre promotionnelle, présenter:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▫ la lettre-circulaire,</li> <li>▫ la lettre d'offre.</li> </ul> <p><b>BUREAUTIQUE</b></p> <p>Paramétrer les tabulations (points de suite, ...).</p> <p>Formater des titres et des sous-titres (police, bordure, trame, ...).</p> <p>Dans le cadre des activités précitées, réaliser un publipostage.</p> <p><b>LA COMMUNICATION TELEPHONIQUE</b></p>	<p>Le document type:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▫ les variables,</li> <li>▫ les constantes.</li> </ul> <p>Le publipostage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▫ le document source,</li> <li>▫ le fichier.</li> </ul>	<p>Dans une situation simulée de commande de marchandises et à partir de consignes, l'apprenant(e):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▫ trouve les informations utiles dans un catalogue, dans un listing de prix, dans une fiche d'inventaire;</li> <li>▫ reconnaît un bon de commande, ...;</li> <li>▫ identifie les destinataires;</li> <li>▫ complète les mentions indispensables ...</li> </ul> <p>Les données inscrites sur les documents sont exactes et complètes.</p>
<p>Connaître et appliquer les formules de politesse, les usages téléphoniques habituels dans les relations commerciales (1.1.1).</p> <p><i>Etablir la trame de l'entretien: prise de contact et conclusion (8.1.2).</i></p> <p><i>Poser sa voix (8.1.3).</i></p> <p><i>Conclure l'entretien et prendre congé du client (8.1.5).</i></p>	<p>Dans une situation donnée en rapport avec les dossiers traités:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▫ <b>préparer et émettre un appel:</b></li> <li>• rechercher le numéro du correspondant;</li> <li>• déterminer les idées principales du message à émettre;</li> <li>• saluer, se présenter;</li> <li>• formuler l'objet de la communication;</li> <li>• conclure la communication;</li> </ul>	<p>Les "savoir-être et les "savoir-faire" téléphoniques:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▫ émission et réception d'un appel;</li> <li>▫ adaptation du ton et du registre de langage à la situation;</li> <li>▫ reformulation du message.</li> </ul> <p>Les annuaires téléphoniques.</p> <p>Le code d'épellation.</p>	<p>Dans des situations professionnelles réelles ou simulées et à partir d'une grille d'observation, l'apprenant(e)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▫ adopte une tenue et une attitude correctes;</li> <li>▫ choisit une formule de salutation appropriée;</li> <li>▫ applique les règles de courtoisie;</li> <li>▫ évalue son propre comportement.</li> </ul>

COMPETENCES	CONTENUS OPERATIONNELS	CONTENUS ASSOCIES	INDICATEURS DE MAITRISE DES COMPETENCES
Commander par téléphone, par Fax (7.1.2).	<ul style="list-style-type: none"> <li>▫ <b><i>répondre à un appel:</i></b></li> <li>• se présenter et identifier le correspondant;</li> <li>• déterminer l'objet de son appel et reformuler le message;</li> <li>• traiter le problème et décider de la suite à donner;</li> <li>• mettre fin à la communication.</li> </ul> <p><b>LA TELECOPIE</b></p> <p>Dans le cadre d'une commande ou d'une réclamation, appliquer les procédures relatives à l'envoi d'une télécopie:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▫ compléter les rubriques d'un formulaire type;</li> <li>▫ rédiger le message;</li> <li>▫ expédier la télécopie (selon les possibilités);</li> <li>▫ archiver le document et son justificatif.</li> </ul>	<p>La télécopie:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▫ principes de fonctionnement,</li> <li>▫ avantages et inconvénients,</li> <li>▫ le formulaire type.</li> </ul>	<p>A partir de consignes de commande et à l'aide de catalogues, l'apprenant(e): applique correctement les procédures spécifiques à chaque mode de transmission.</p>

## CONSEILS METHODOLOGIQUES

### EXPLOITATION DES OUTILS BUREAUTIQUES ET EDITION DES DOCUMENTS

Le professeur amènera l'apprenant à développer le souci de la précision des données et de l'autocorrection.

Dans le cadre d'une offre promotionnelle, la circulaire envoyée aux clients peut être accompagnée d'un bon de commande.

### LE TELEPHONE

Les compétences seront exercées lors de la réalisation d'exercices illustrant des situations de communication propres à l'activité du vendeur.

A partir de jeux de rôles, de simulations, le professeur amènera l'apprenant à:

- développer des méthodes d'écoute active et l'aptitude à décoder un message,
- utiliser un vocabulaire précis et adapté à l'interlocuteur.

L'apprenant sera entraîné à:

- percevoir et comprendre une information ou une situation,
- traiter l'information ou le problème,
- s'exprimer oralement.

L'utilisation du matériel didactique est recommandée. Ainsi, un appareil téléphonique facilitera la réussite des jeux de rôles.

L'emploi du code d'épellation pourra se faire à l'aide d'un mémo reprenant les codes internationaux en usage dans les télécommunications.

## **EVALUATION**

Les critères d'évaluation seront communiqués aux apprenants.

### ***Logiciels et documents***

La compétence peut être évaluée si l'apprenant présente un document sauvegardé et imprimé:

- en respectant le temps alloué,
- en respectant les règles d'utilisation de l'équipement et du matériel informatique,
- en utilisant les commandes appropriées,
- à partir d'une mise en situation impliquant les fonctionnalités reprises au programme.

**BURO 4**

**LE TABLEUR ET L'INTEGRATION DES APPLICATIONS BUREAUTIQUES**

**LA REPRODUCTION DES DOCUMENTS**

**NTIC**

**ACTIVITES**

- Etablir des documents commerciaux (répertoriée en 6.1).
- Etablir les commandes sous la responsabilité du commerçant (répertoriée en 7.1).
- Pratiquer la vente informatisée (8.2).
- Développer des attitudes professionnelles (11.2).

COMPETENCES	CONTENUS OPERATIONNELS	CONTENUS ASSOCIES	INDICATEURS DE MAITRISE DES COMPETENCES
Utiliser les commandes de base d'un logiciel de facturation (6.1.3).	<p><b>LE TABLEUR</b></p> <p>A l'aide d'un mode opératoire, utiliser judicieusement les fonctions principales du logiciel lors de la création d'un tableau simple:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▫ insérer et supprimer des lignes et des colonnes;</li> <li>▫ modifier la largeur des colonnes;</li> <li>▫ utiliser l'outil "bordure et trame";</li> <li>▫ trier les données;</li> <li>▫ éditer la feuille de calcul.</li> </ul>	<p>Les fonctions de mise en page et de présentation d'un document.</p> <p>Les fonctions de base du tableur.</p>	L'apprenant(e) encode sans erreur les éléments constitutifs de factures, à partir de consignes données.

COMPETENCES	CONTENUS OPERATIONNELS	CONTENUS ASSOCIES	INDICATEURS DE MAITRISE DES COMPETENCES
<p>Identifier les différentes utilisations d'Internet (8.2.1):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▫ Web,</li> <li>▫ courrier électronique,</li> <li>▫ téléchargement,</li> <li>▫ adresses,</li> <li>▫ etc.</li> </ul> <p>Utiliser les outils Internet et le courrier électronique (8.2.2).</p> <p><i>Appliquer les méthodes de navigation dans Internet pour rechercher des informations commerciales (8.2.3).</i></p> <p><i>S'imposer de la rigueur dans le travail (11.2.2):</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▫ <i>planifier ses activités;</i></li> <li>▫ <i>accroître sa capacité d'apprendre;</i></li> <li>▫ <i>auto-évaluer son travail;</i></li> <li>▫ <i>être réceptif aux évolutions du métier.</i></li> </ul> <p>Commander par E-Mail (7.1.2).</p>	<p><b>L'INTERNET</b></p> <p>Distinguer une adresse URL d'une adresse E-mail.</p> <p>Sur base de consignes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▫ se connecter au serveur approprié;</li> <li>▫ identifier et/ou situer le serveur et évaluer la fiabilité des informations;</li> <li>▫ s'informer des sites de vente existant sur le Web;</li> <li>▫ exploiter les moteurs de recherche et les annuaires;</li> <li>▫ rechercher, sélectionner et imprimer l'information demandée.</li> </ul> <p><b>LE COURRIER ELECTRONIQUE</b></p> <p>Dans le cadre d'une simulation de commande, appliquer les procédures relatives à l'envoi, à la réception et à la gestion d'un courriel, ainsi que des pièces jointes.</p>	<p>Notions élémentaires d'utilisation d'Internet:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▫ les fournisseurs d'accès et les sites;</li> <li>▫ les moteurs de recherche et les annuaires.</li> </ul> <p>Le courrier électronique:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▫ principes de fonctionnement,</li> <li>▫ avantages et inconvénients.</li> </ul>	<p>L'apprenant(e) applique correctement les procédures d'émission et de réception de l'information.</p> <p>A partir de consignes de commande et à l'aide de catalogues, l'apprenant(e) applique correctement les procédures spécifiques à chaque mode de transmission.</p>

## CONSEILS METHODOLOGIQUES

### L'EDITION DE DOCUMENTS

La chronologie des apprentissages liés aux logiciels est laissée à l'appréciation du professeur.

Face à un projet simulant le contexte de travail le plus réel possible, le professeur mobilisera des comportements professionnels pour:

- choisir ses outils;
- mettre en œuvre les démarches, les techniques et les habiletés pratiques;
- favoriser des attitudes d'évolution autonome.

### L'INTERNET

Pour mobiliser l'attention des élèves, il faut constamment rompre les rythmes, multiplier les manières de traiter un sujet, renouveler les démarches. Internet permet ainsi de varier les approches pédagogiques.

Le professeur préparera l'apprenant(e) à:

- développer des attitudes déontologiques,
- récupérer et critiquer l'information,
- utiliser les données de façon optimale (copie, modification et impression).

### LE COURRIER ELECTRONIQUE

L'enseignant aidera l'apprenant(e) à transférer ses acquis en attirant l'attention sur la similitude des rubriques du courrier postal et électronique, la précision dans l'encodage des données, la concision du message à formuler. Il l'amènera à:

- imprimer le message et y donner suite,
- respecter les usages,
- évaluer les avantages et les inconvénients de ce moyen de communication.



## **EVALUATION**

Les critères et les conditions d'évaluation seront communiqués aux apprenant(e)s.

Ils porteront principalement sur le respect:

- des règles d'utilisation du matériel,
- des procédures de manipulation des logiciels,
- des règles de rationalisation relatives à l'édition des documents,

et sur l'exactitude des données encodées.

## 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 - ☎ 065 66 73 22

F. LIPMANNE, *Le Courrier – Communication et bureautique*, Col. Dossier secrétaire  
Ed. Labor, Bruxelles - ☎ 02 240 05 70

F. LIPMANNE, *La disposition des textes* - Col. Dossier Secrétaire, tome 2,  
Ed. Labor, Bruxelles

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

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

M. DELACOUR, *Word 97 sous Windows à la portée de tous*, (livre, corrigé, disquettes)  
Ed. Bertrand-Lacoste, Paris  
Diffusion Nord-Sud - ☎ 02 343 10 13

C. LANDE, *La communication écrite professionnelle avec Word pour Windows*  
(livre, guide pédagogique)  
Ed. Bertrand-Lacoste, Paris

I. DAUDE, *Word 97 sous Windows*, Niveau 1 et Niveau 2, Support de cours  
Acoges, boulevard Lambermont 140, 1030 BRUXELLES - ☎ 02 245 16 10

I. DAUDE, *Word 97 pour Windows, Notions de base*  
Ed. Acoges, BRUXELLES

I. DAUDE, *Word, version 97*, fonctions avancées et page Web  
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*, Coll. Par l'exemple  
Ed. ENI

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

## **TABLEUR**

---

A. LEMAIRE, *Exercices d'introduction à l'utilisation des fonctions de base de Excel 97*  
CAF, La Neuville 1, 4500 TIHANGE - ☎ 085 27 13 60

*L'essentiel Excel 2000*  
Microsoft Press 2000 - Microsoft

R. FONTAINE, *Pratiquer Excel 7 et 97 sous Windows*  
(livre, corrigé, disquettes)  
Ed. Bertrand-Lacoste, Paris

R. FONTAINE, *Excel 7 et 97 sous Windows*  
(livre, corrigé)  
Ed. Bertrand-Lacoste, Paris

CARACACHE, *Excel 97, Niveau 1, Support de cours*  
Avenir Consult, Acoges - ☎ 02 245 16 10

L. FAGES, *Excel 4 et 5 pour Windows*  
Ed. Foucher (ouvrage, guide pédagogique, disquette)

## **INTEGRATION DES APPLICATIONS BUREAUTIQUES**

---

R. FONTAINE, *Intégration des applications dans Office 97 sous Windows*, Col. Pratique  
(manuel, corrigé, disquette élève, disquette "corrigé")  
Ed. Bertrand-Lacoste, Paris, 1998

D. LE ROUZIC, *Activités sur Office 2000: Word, Excel, Access, Powerpoint, FrontPage et Publisher 2000*  
(manuel, corrigé, disquette élève, disquette "corrigé")  
Ed. Bertrand-Lacoste, Paris

## **CD-ROM**

---

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

*Formation Multimédia à Word 97* – CD Training

*MS Excel 97, Apprenez rapidement*, Média Concept, Edu performance, Canada

*Formation Multimédia à Internet avec Netscape Navigator* – CD Training

## SECRETARIAT ET COMMUNICATION

---

F. LIPMANNE, *La vie dans l'entreprise – Travaux de secrétariat*, Tome II, Col. Dossier secrétaire  
Ed. Labor, Bruxelles

G. AGAESSE, G. MOUSSARD, *Administration commerciale – BEP Seconde*  
Ed. Hachette technique, Paris, 1995

R. DE CARNE, M. KRYSS, *Communication interne et externe – Bac pro, première professionnelle*  
Ed. Hachette Technique, Paris 1995

R. DE CARNE, M. KRYSS, *Communication professionnelle (manuel, livre du professeur) – BEP, seconde professionnelle*  
Ed. Hachette Technique, Paris, 1995

G. KIRCHMEYER, M. LIETTA, *Jeux de rôles pour apprendre à mieux communiquer*, tomes 1 et 2 (manuels et corrigés)  
Ed. Bernard-Lacoste, Paris, 1989

C. GUENNEGUEZ, E. LEMOT, M. PAVAU, *Gestion des activités administratives – Bac Pro, première professionnelle*  
Ed. Hachette Technique, 1995

I. ISSALY, *Organisation et suivi d'activités – BEP, seconde professionnelle*  
Ed. Hachette Technique, 1995

M. HOUY, *Communication et Organisation – Cas intégrateurs*  
Ed. Bertrand-Lacoste, Paris, 1993

M. LACROIX et C. LEVEAUX, *Techniques de base du secrétariat – Bureautique et secrétariat – BTS 1*  
Ed. Technip

M. CHAVRON – M. PORTALIER – C. CORDAT, *Communication et bureautique*  
Ed. Foucher, Paris

H. SALLES, A. VOLUZAN, *Communiquer et Organiser - Activités et cas d'application 1<sup>re</sup> STT* (manuel et guide pédagogique)  
Ed. Bertrand-Lacoste, Paris, 1994

M. GUITTARD, S. NECHEM, *La communication professionnelle écrite et orale - Seconde professionnelle BEP, CAS, ACC* (manuel et guide pédagogique)  
Ed. Bertrand-Lacoste, Paris, 1993

C. BLONDEL, *Ecrivez... Communiquez - Sciences et technologies tertiaires, classe de première* (manuel, guide pédagogique)  
Ed. Bertrand-Lacoste, Paris

## L'INTERNET

---

A. LEMAIRE, *Internet Explorer - Outlook Express - Notes d'utilisation des logiciels et exercices d'application*

CAF, La Neuville 1, 4500 TIHANGE - ☎ 085 27 13 60

D. LE ROUZIC, *Applications professionnelles sur Internet avec les élèves*

Ed. Bertrand-Lacoste, Paris

D. LE ROUZIC, *Introduire Internet dans ses pratiques pédagogiques*

Col. Parcours didactiques - Ed. Bertrand-Lacoste, 1997

J. DELIRE, J. LEMPEREUR, *Internet pour enseigner*

Ed. Labor, Bruxelles

S. POUTS, M. RICHE, *L'école à l'heure d'Internet, Les enjeux du multimédia dans l'éducation*

Ed. Nathan, Paris, 1998

P. MINGUET, *R@conte-moi Internet*

Lotus Maisonneuve & Larose, 1998

T. SANSON, *Internet en 10 leçons, Savoir naviguer sans écueils*

Ed. Minerva, Genève 1998

J.P. MESTERS, *Outlook Facile 97-98*, Marabout informatique

*Guide à destination des utilisateurs d'Internet*

Ce guide peut être obtenu gratuitement à l'adresse suivante:

Ministère des Affaires économiques, Administration de l'information économique

rue de l'Industrie 6 - 1000 Bruxelles - 02 506 51 11

Ed. resp. Hans D'HONT

## DIVERS

---

H. AROUH, T. MERCOU, *Rapport de stage*

Ed. Bertrand-Lacoste, Paris

M. AUDRY, *Stage Plus, Trouver, Exploiter, Réussir son stage en entreprise*

Ed. Foucher, Paris, 1990

*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

PROGRAMME

DU COURS

DE

ETALAGE – PROMOTION DES  
MARCHANDISES

## 1. CADRE GENERAL

Le présent programme de formation du vendeur ou de la vendeuse sous l'angle de l'étalage et de la promotion des marchandises s'inscrit dans les perspectives fixées par l'article 6 du décret du 24 juillet 1997 sur les missions de l'école et dans le respect du profil de formation établi par la C.C.P.Q.

Il reclasse les compétences et savoirs 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.O. 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 étalagistes 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 2 ans à raison de 6 heures/semaine pour des élèves normalement préparés à suivre l'OBG. Il reprend toutes les compétences, tous les savoirs et savoir-faire cités dans le profil de formation sous le critère « compétences à maîtriser (C.M.). Certaines d'entre elles – notamment celles qui requièrent l'approche des coûts – nécessiteront la collaboration des professeurs chargés de la formation en gestion. Il est à ce sujet du devoir des intéressés de travailler de concert.

**Le document suggère enfin** d'exercer des compétences classées C.E.F. et C.E.P. (*compétences à exercer mais dont la maîtrise ne peut être certifiée à l'issue de l'épreuve de qualification, soit parce qu'elle ne sera acquise qu'après une formation ultérieure, soit en stage, soit parce qu'elle ne peut être acquise qu'au cours de l'activité professionnelle elle-même*).



## 3. NOTIONS D'ETALAGE ET DE PROMOTION DES MARCHANDISES

### 3.1. MISE A NIVEAU

L'accès à un 3<sup>ème</sup> degré « Vendeur/vendeuse » postule idéalement le passage préalable par un 2<sup>ème</sup> degré « Vente » où l'élève acquiert les compétences reprises au présent chapitre. Il sera nécessaire de s'assurer de ces acquis de même qu'il conviendra d'opérer une remise à niveau de ceux qui proviennent d'autres horizons. L'objet de cette partie du cours consiste à assurer les bases générales théoriques et pratiques permettant au vendeur de mettre en valeur et donc de promouvoir 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 « Vente » 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 a fallu théoriser et conceptualiser. **Il convient au 3ème degré de s'assurer de ces acquis et, éventuellement de les installer.** 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 spiralaire (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"> <li>• 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.</li> <li>• Rôle général de la publicité dans la vie quotidienne et évolution des techniques publicitaires.</li> <li>• L'étalage comme publicité sur les points de vente, lien direct entre la publicité et la vente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 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.)</li> <li>• Les buts de l'étalage (vendre plus, renseigner, faire de la publicité pour le magasin, inviter à entrer).</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'apprenant <ul style="list-style-type: none"> <li>• définit les rôles de l'étalage commercial (publicité sur les points de vente - PLV);</li> <li>• compare les spécificités (avantages, limites) de différents étalages (de plancher, de comptoir, de vitrine, gondole, linéaire, saisonnier, etc.)</li> </ul> </li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identifier les différents types d'étalage et leur impact commercial.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les structures fixes et mobiles de l'étalage. L'étalage fermé ou ouvert. Les décors et accessoires</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 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 ;</li> </ul>	

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

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

### 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"><li>• Manier efficacement les outils de base (pince coupante, épingles, agrafeuse, marteau, fil de nylon, porte-épingles, tenue nécessaire) pour présenter la marchandise.</li><li>• Connaissance (technologie)<ul style="list-style-type: none"><li>• des différents présentoirs et de leurs usages</li><li>• des bustes et mannequins</li><li>• des conditions de travail à l'étalage (tabouret de sécurité, échelle)</li></ul></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Usage rationnel des outils</li><li>• Connaissance des principaux nœuds utilisés à l'étalage ;</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Fixation d'épingles sur une planche</li><li>• Idem : agrafage dans des positions inconfortables</li><li>• Travail du nœud à l'aide de grosses cordes</li><li>• Fixation de fils nylon.</li></ul>	L'apprenant peut <ul style="list-style-type: none"><li>• réaliser les nœuds ordinairement utilisés pour accrocher la marchandise.</li></ul>

### **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

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



### 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 « Vente » (surtout) et, dans une moindre mesure, s'étaler sur le troisième (« Vendeur »). 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.

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

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

<b>CONTENUS OPERATIONNELS ET SAVOIR-FAIRE</b>	<b>CONTENUS ASSOCIES</b>	<b>SITUATIONS D'APPRENTISSAGE</b>	<b>INDICATEURS DE MAITRISE DES COMPETENCES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reproduire un élément graphique simple (à main levée ou à l'aide d'un épiscopes)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Réalisation d'une anamorphose</li> <li>• Acquisition du soin, du goût et de la précision nécessaires ;</li> <li>• Scannage d'un document à l'ordinateur ;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agrandissement d'un logo ou d'une image simple</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 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.</li> </ul>

### 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. 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'étalages, de magasins et de firmes d'accessoires spécialisés.

<b>CONTENUS OPERATIONNELS ET SAVOIR-FAIRE</b>	<b>CONTENUS ASSOCIES</b>	<b>SITUATIONS D'APPRENTISSAGE</b>	<b>INDICATEURS DE MAITRISE DES COMPETENCES</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Connaître les espaces de promotion des marchandises (Etalages, présentoirs, socles, comptoirs, gondoles, etc.)</li><li>• Connaître les endroits les plus attractifs de l'étalage</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Connaissance des supports courants à l'étalage (socles, , pieds, porte-dépliants, mains, cônes, escaliers, têtes, cintres, penderies, bustes, torsos, étagères, mannequins,</li><li>• Différencier ces supports des accessoires décoratifs (paravents, tulles, voiles, feutrine, paniers, tableaux, plantes, colonnes, éléments insolites, etc.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Constituer une documentation personnelle sur les types de présentation et sur les accessoires;</li><li>• Collecter les catalogues de maisons spécialisées</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 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.</li></ul>

### **3.6.3. LES GROUPEMENTS ET LES INTERVALES**

#### **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'explicitier 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.

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

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

CONTENUS OPERATIONNELS ET SAVOIR-FAIRE	CONTENUS ASSOCIES	SITUATIONS D'APPRENTISSAGE	INDICATEURS DE MAITRISE DES COMPETENCES
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Notion de groupement asymétrique (équilibre, direction, poids visuel, tension)</li> <li>• Réalisation de groupements d'objets statiques (boîtes, flacons, etc.)</li> <li>• Notions de point d'attaque ou d'attraction, d'étagement des masses, de composition pyramidale, de rapports entre les vides et les pleins.</li> <li>• Réalisation de groupements d'objets souples (serviettes de toilette, foulards, etc.)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Idem en structuration symétrique ;</li> <li>• Relever dans des revues des exemples d'images et de textes structurés symétriquement</li> <li>• Idem avec des formes géométriques de formats et caractères différents ;</li> <li>• Structurer un ensemble asymétrique (mêmes consignes que plus haut) ;</li> <li>• 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</li> <li>• Réalisation de groupements d'objets statiques (boîtes, emballages et flacons de parfums, livres, objets scolaires)</li> </ul>	<p>Il établit des rapports entre les formes utilisées, peut étagier 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.

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

### 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'étalage.
- 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.

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

### 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.

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

## **4. CONCEPTION ET STRATEGIE DE LA PROMOTION DES MARCHANDISES**

### **4.1. OBJECTIFS GENERAUX**

Outre les objectifs cités au point 3.1. qu'il convient de reprendre et de fixer, le cours de techniques d'étalage impose d'acquérir

- la capacité de concevoir, de préparer et de réaliser un étalage quels que soient le secteur et le thème choisis ;
- la maîtrise de l'espace promotionnel via les ordonnancements, les groupements, les intervalles et reliefs que permettent les marchandises ;
- la maîtrise de techniques courantes utilisées à cet effet (fil nylon, pliage, drapage, accrochage correct des vêtements, etc.)
- la connaissance et la mise en œuvre aisée des présentoirs, accessoires et mannequins ;
- une attention constante apportée aux problèmes de l'éclairage
- la capacité d'évaluer le coût de réalisation d'un étalage.
- La capacité critique – en particulier d'auto-critique – nécessaire à l'amélioration des performances.

### **4.2. RECOMMANDATIONS METHODOLOGIQUES**

- Toutes les recommandations reprises au point 3.2. ci-dessus trouvent naturellement leur emploi par après. Le professeur voudra bien s'y référer.
- Si les matières et les compétences reprises au point 3. ont été vues et exercées, il ne s'ensuit pas qu'elles ont été assimilées. Tout enseignant expérimenté sait qu'il est condamné à reprendre et à approfondir. C'est d'autant plus vrai ici qu'un nombre parfois élevé d'élèves rejoignent la section « Vendeur » en cinquième année, contraignant alors le professeur à une lourde remise à niveau ;
- La configuration de la classe pouvant s'avérer ainsi très hétérogène, le professeur devra apprécier la situation, soit pour individualiser son enseignement en direction des élèves inexpérimentés, soit travailler par groupes de manière à assurer la formation spécifique de base aux plans technologique et pratique. Pour inconfortable que soit cette situation, très fréquente dans l'enseignement technique et professionnel, on ne saurait s'y dérober.
- Le degré supérieur aborde de plain-pied l'exercice du métier sous de multiples aspects liés au calendrier, à la nature des marchandises et aux lieux de présentation de celle-ci. Quelles que soient les circonstances et les présentations, il importera de toujours ramener l'élève aux concepts fondamentaux repris au point 3.6. (visibilité, unité, simplicité, originalité, propreté et rigueur, renouvellement), à ceux de groupement qui ont fait l'objet d'une approche essentielle au deuxième degré et enfin, à ceux de relief et d'intervalle qui compléteront le propos dès qu'il sera question d'aborder concrètement la pratique de l'étalage.
- La mise en œuvre du présent programme trouve naturellement des applications et des prolongements dans les stages.

## 4.3. APPROFONDISSEMENT ET FIXATION

### 4.3.1. LE LETTRAGE ET LES ETIQUETTES

OBJECTIFS : Maîtriser les compétences d'écriture reprises au point 3.5.

- NOTE METHODOLOGIQUE :
- En se référant au programme du deuxième degré, on s'attachera de manière étalée dans le temps à affiner les performances en matière
    - d'aisance dans les tracés ;
    - de lisibilité (signes et conditions de lecture) ;
    - d'unité dans les formats et la couleur ;
    - d'ordonnance, d'harmonie générale et d'aération de la mise en page.
  - On insistera sur les dispositions légales et sur l'importance de l'affichage des prix de vente.

### 2.3.2. LES EMBALLAGES

- OBJECTIFS :
- Fixer les compétences reprises au point 3.8.
  - Réaliser quelques emballages plus complexes (forme sphérique, œuf de Pâques par ex.), plus particuliers (sans nœud, par ex.) ou plus sophistiqués.

- NOTE METHODOLOGIQUE :
- Un tel enseignement peut avantageusement s'insérer dans le contexte d'un étalage ou d'un thème favorable relié au calendrier (Noël, Saint-Valentin, etc.)
  - Il prend par ailleurs en compte des notions telles que :
    - économie des moyens (la matière employée peut être coûteuse) ;
    - l'esprit des matériaux employés (clinquants/sobres ; unité colorée, etc.) ;
    - le temps de réalisation (prix de revient de l'opération).

### **4.3.3. LE PROJET D'ETALAGE**

**OBJECTIF :** Dans la foulée de ce qui a été abordé (voir chapitre 3.7.), accompagner la pratique de l'étalage par l'expression graphique correcte et claire du projet.

**COMPETENCES :** Voir point 3.3. : celles qui touchent à l'expression intuitive par la perspective et par le plan.

**NOTE METHODOLOGIQUE :** Etant donné le caractère ingrat de l'apprentissage du dessin perspectif et projectif et dans le but d'en fonder les exigences sur la motivation engendrée par l'exercice du métier, on ne dissociera pas le projet de la pratique de l'étalage. Celui-ci fera donc l'objet d'un travail régulier au cours des deux années. L'expression du projet et sa réalisation se répondront donc constamment.

<b>CONTENUS OPERATIONNELS ET SAVOIR-FAIRE</b>	<b>CONTENUS ASSOCIES</b>	<b>SITUATIONS D'APPRENTISSAGE</b>	<b>INDICATEURS DE MAITRISE DES COMPETENCES</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Réaliser un croquis à main levée ou un plan d'implantation sommaire de manière à assurer la communicabilité du projet</li><li>• Etablir un planning annuel ou saisonnier d'étalage (thèmes successifs, ambiances à réaliser, accessoires à réunir ou à louer, budget à respecter).</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Les principes perspectifs régissant la représentation ;</li><li>• Les trois vues traditionnelles (plan, élévation, profil)</li><li>• Notion d'échelle ;</li><li>• Ligne d'horizon, emplacements les « plus vendeurs » de l'étalage, travail de l'espace, étagement des masses ;</li><li>• Groupements, reliefs et intervalles</li><li>• Supports et éléments de décor ;</li><li>• Point d'attaque, points forts, rythme, orientation, correspondance, perpendicularité</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Prévoir la répartition de différents groupements de marchandises dans un espace d'étalage donné</li><li>• Faire le relevé perspectif ou la situation en plan d'un étalage existant. Redistribuer les éléments à un autre élève qui doit reconstituer l'ensemble d'après le plan fourni</li><li>• Réaliser un projet d'étalage. Celui-ci est transmis à un autre élève qui est chargé de le réaliser.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• L'élève est capable de présenter ses idées sous forme de croquis, de papiers coupés ou de maquettes</li></ul>



#### 4.4. L'ORGANISATION SPATIALE DE LA VITRINE : GROUPEMENTS, INTERVALLES ET RELIEF

OBJECTIF : Gérer l'espace complet de l'étalage au travers des groupements, des intervalles et des reliefs

COMPETENCES :

- Disposer les marchandises selon des groupements clairs, ordonnés et harmonieux ;
- Constituer des appuis visuels par des groupements de marchandises variées dont les intervalles sont les corollaires indissociables.
- Gérer l'espace général de l'étalage par une répartition des groupements prenant en compte les problèmes de latéralité (gauche/droite ; symétrie/asymétrie), de profondeur (avant-plan/arrière-plan) ou de hauteur (ligne d'horizon, dessus/dessous)

NOTE METHODOLOGIQUE :

- Travaillés isolément dans un premier temps, les groupements n'ont d'existence que par rapport aux vides qui les environnent (comme l'avant et l'arrière, pile/face, recto/verso). On insistera régulièrement par après sur les points d'appui que constituent les groupements pour le regard et sur les vertus dynamiques des vides qui séparent et valorisent les groupements.
- Dans cet esprit, une attention particulière sera apportée aux erreurs courantes favorisées par le souci du commerçant de « tout montrer » (espaces disponibles « bouchés », tapissage des côtés et du fond de la vitrine, éparpillement, amoncellement, etc.)
- La maîtrise de la spatialité implique le recours à divers socles, présentoirs, supports, accessoires, mannequins et à des techniques (fil nylon, drapage, par exemple) dont la nomenclature et l'usage feront l'objet d'introductions progressives.
- Au travers des applications pratiques, on se référera et approfondira les contenus visés au point 3.6.3 qui seront par ailleurs complétés par la mise en œuvre des compétences visées ci-dessous.

CONTENUS OPERATIONNELS ET SAVOIR-FAIRE	CONTENUS ASSOCIES	SITUATIONS D'APPRENTISSAGE	INDICATEURS DE MAITRISE DES COMPETENCES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Structurer l'espace de l'étalage, d'une vitrine ou d'une gondole en fonction d'intentions et de rapports cohérents</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dominante et contraste (formes, couleurs, textures, lignes, etc.)</li> <li>• Vide/plein ; zones animées/zones de repos ;</li> <li>• Les thèmes de l'étalage ;</li> <li>• Article principal (par son utilité, son volume, sa couleur, son caractère, etc.) et articles complémentaires ;</li> <li>• Les associations de marchandises (pull + pantalon, chemise, cravate, ceinture, soulier d'homme ; jupe + chemisier, foulard, bijoux, parfum, maroquinerie, etc.)</li> <li>• Présentoirs et accessoires ;</li> <li>• Le pancartage ;</li> <li>• Les techniques particulières (épinglage, fil nylon, fil de fer, drapage, rembourrage au papier, etc.) ;</li> <li>• Les pliages (en éventail, en « chou », sur tube, en « rose ») ;</li> <li>• Les présentations particulières (blanc, maroquinerie, articles de sport parapluies, lunettes, chaussures, papiers peints, vaisselle, bijouterie, etc.)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apprentissage progressif du travail du fil de nylon dans le secteur du prêt-à-porter (foulard, vêtements pour adultes et enfants, layette, maroquinerie et chaussures et pour terminer la lingerie) en référence aux groupements, intervalles et reliefs. Ex. :</li> <li>• Apprentissage de la présentation du foulard ; mettre en scène <ul style="list-style-type: none"> <li>• 3 foulards et un seul groupe d'un côté de la vitrine (3 façons différentes) ;</li> <li>• 5 foulards en deux groupes (1 principal, un secondaire, utilisation de toute la vitrine) ;</li> <li>• Adjonction de la vente complémentaire, parfums ou petite maroquinerie (on revoit ainsi les divers groupements d'objets). On peut envisager la présentation de bijoux de fantaisie</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'apprenant maîtrise les gestes professionnels spécifiques. Il utilise les groupements et l'espace d'une manière variée, élégante et valorisante pour la marchandise.</li> </ul>

CONTENUS OPERATIONNELS ET SAVOIR-FAIRE	CONTENUS ASSOCIES	SITUATIONS D'APPRENTISSAGE	INDICATEURS DE MAITRISE DES COMPETENCES
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apprentissage de la présentation du prêt-à-porter, mettre en scène : <ul style="list-style-type: none"> <li>• 3 pulls en un seul groupe (idem foulard)</li> <li>• Intégrer le pantalon à deux pulls (nombre impair), apprentissage de la présentation du pantalon (la jupe se suspend de la même manière) ;</li> <li>• 1 groupement complet de prêt-à-porter : pantalon, pull et chemise (pliage de la chemise sur carton) – Important pour la vendeuse.</li> <li>• 2 groupes, 1 principal et 1 secondaire (une jupe ou short avec le haut assorti) et la vente complémentaire (ceinture, foulard, chaussettes, sac, chaussures, parfum, cravate, etc.) suivant les circonstances.</li> </ul> </li> <li>• Apprentissage du vêtement enfant et layette (progression identique + rembourrage)</li> </ul>	

CONTENUS OPERATIONNELS ET SAVOIR-FAIRE	CONTENUS ASSOCIES	SITUATIONS D'APPRENTISSAGE	INDICATEURS DE MAITRISE DES COMPETENCES
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apprentissage du blanc (faire remarquer la similitude de présentation entre les foulards, le blanc et les tissus)</li> <li>• Apprentissage des tissus intégrés aux papiers peints, aux objets artisanaux (ou autres), à la mercerie.</li> <li>• La présentation sur parois, à l'aide de pieds ou de socles se fera lors de l'un ou l'autre des apprentissages. Par exemple : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les socles pour le prêt-à-porter, la maroquinerie, les parfums... suivant les circonstances ;</li> <li>• Présentation sur parois pour le parapluie/foulard ou parfum/foulard... ;</li> <li>• Présentation sur panneau pour de petits objets ou vêtements, par exemple la layette.</li> <li>• Utilisation des pieds ou supports au fur et à mesure des nécessités. Une leçon de technologie est à envisager (voir point 4.5.1.)</li> </ul> </li> </ul>	

## 4.5. L'UTILISATION DES MANNEQUINS

### 4.5.1. LA CONNAISSANCE DES TYPES DE MANNEQUINS ET DES PRESENTOIRS (TECHNOLOGIE)

OBJECTIF : Inventorier les possibilités offertes par les différents types de mannequins

COMPETENCE : Choisir le mannequin adéquat ou l'accessoire approprié à un travail

NOTE METHODOLOGIQUE : Le recours aux catalogues des firmes spécialisées permet d'illustrer le propos, de constituer des dossiers documentaires et de compenser l'absence inévitable au sein du contexte scolaire de tout le matériel professionnel de monstration

OPERATIONNELS ET SAVOIR-FAIRE	CONTENUS ASSOCIES	SITUATIONS D'APPRENTISSAGE	INDICATEURS DE MAITRISE DES COMPETENCES
<ul style="list-style-type: none"><li>• Reconnaître les principales catégories de mannequins et leurs usages spécifiques</li><li>• Connaître les différents types de présentoirs (révision)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Utiliser judicieusement un catalogue spécialisé</li><li>• La taille des mannequins et des vêtements</li><li>• Le style de l'étalage</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Dresser un inventaire des bustes, têtes, cintres, torsos, mannequins articulés, etc.</li><li>• Constituer une documentation</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• L'apprenant identifie les types de mannequins correspondant à différentes techniques de présentation</li></ul>

#### **4.5.2. LE TRAVAIL TECHNIQUE SUR MANNEQUIN**

OBJECTIF : A l'aide des techniques appropriées, assurer la présentation optimale des vêtements

- COMPETENCES :
- Toutes les techniques liées
    - à la pose des épingles, au pliage et à l'accrochage ;
    - à l'usage du fil nylon et du fil de fer ;
    - au drapage.
  - Capacité à mettre en œuvre des ensembles complexes mettant en jeu, l'espace, les formes, les couleurs et les textures.

NOTE METHODOLOGIQUE : Il doit être expressément convenu dans le « contrat pédagogique » avec l'élève que l'école ne peut fournir tous les vêtements devant servir assurer leur formation pratique. Il appartient donc à ceux-ci de se prendre en charge à cet effet. Dans le cas idéal où la section dispose de fins didactiques de vitrines à rue, la collaboration des commerçants locaux peut avantageusement être sollicitée.

<b>CONTENUS OPERATIONNELS ET SAVOIR-FAIRE</b>	<b>CONTENUS ASSOCIES</b>	<b>SITUATIONS D'APPRENTISSAGE</b>	<b>INDICATEURS DE MAITRISE DES COMPETENCES</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Choisir le mannequin et les accessoires adéquats au style de magasin et aux promotions.</li><li>• Appliquer les techniques d'épinglage, de pliage et d'ajustement des vêtements en tenant compte de l'angle de vision que présente la vitrine.</li><li>• Associer la présentation sur mannequin et les techniques du fil nylon et du fil de fer</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Adéquation de la taille des vêtements et des mannequins.</li><li>• Les techniques particulières pour chaque type de vêtement</li><li>• Toutes les techniques d'épinglage, de fil nylon (+ le fil de fer), de drapage (chute, plissé, montant droit, feston, plombé, bouillonné) et de rembourrage</li><li>• La mise en valeur par l'éclairage</li><li>• Les attitudes et positions (parallèles, contrastées) de plusieurs mannequins ;</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Situations-problèmes plus ou moins complexes liées au calendrier, à un thème précis, à une intention organisatrice (couleur dominante, ambiance de fête, etc.), au style du magasin, à la nature de la marchandise</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• L'apprenant<ul style="list-style-type: none"><li>• habille un mannequin conformément aux directives reçues (style, couleurs, articles à promouvoir) ;</li><li>• choisit les accessoires adéquats</li><li>• maîtrise les gestes professionnels spécifiques</li></ul></li></ul>

<b>CONTENUS OPERATIONNELS ET SAVOIR-FAIRE</b>	<b>CONTENUS ASSOCIES</b>	<b>SITUATIONS D'APPRENTISSAGE</b>	<b>INDICATEURS DE MAITRISE DES COMPETENCES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Choisir les éventuelles perruques et/ou les accessoires vestimentaires les mieux adaptés aux vêtements présentés, au style du magasin et à sa clientèle</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les perruques et les accessoires vestimentaires</li> <li>• Les noms de couleurs employés spécifiquement en coiffure (auburn, henné, acajou, etc.)</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'apprenant choisit la perruque en tenant compte du style du magasin, de la couleur de la marchandise présentée.</li> </ul>

## 4.6. LA MAITRISE DE L'ECLAIRAGE

**OBJECTIF :** Comprendre que l'éclairage contribue de manière importante à la promotion des marchandises et en assurer la maîtrise.

**COMPETENCES :**

- Optimiser le choix des puissances, des ambiances et des types d'éclairage
- Orienter judicieusement les spots pour attirer le regard
- Travailler l'éclairage en respectant les règles de sécurité (ampérage, dominos, fil dénudé, etc.).

**NOTE METHODOLOGIQUE :**

- L'éclairage n'est pas un simple ajout à l'étalage, il contribue à en constituer l'ambiance. Le professeur en tiendra compte dans ses évaluations et, à cet effet, en exigera systématiquement le réglage lors des exercices pratiques.
- Compte tenu de l'importance du problème, on veillera particulièrement au respect des règles de sécurité.

<b>CONTENUS OPERATIONNELS ET SAVOIR-FAIRE</b>	<b>CONTENUS ASSOCIES</b>	<b>SITUATIONS D'APPRENTISSAGE</b>	<b>INDICATEURS DE MAITRISE DES COMPETENCES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Evaluer l'intensité lumineuse nécessaire à l'éclairage des diverses zones et éléments d'une vitrine ou d'un étalage.</li> <li>• Appliquer les techniques de               <ul style="list-style-type: none"> <li>• création d'ambiances par la lumière</li> <li>• mise en valeur d'un objet par la lumière (éclairage ponctuel)</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les effets différents des moyens d'éclairage (types de lampes et de spots : incandescence, halogènes, fluorescentes, chaleur relative de la lumière, lumière diffuse ou dirigée, modelage des volumes, accentuation des reliefs, jeu des éclats, néon, lumières colorées, « lumière noire », etc.)</li> <li>• Les règles de sécurité (normes). Les précautions à prendre</li> <li>• L'entretien</li> <li>• La consommation électrique</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prévention et rigueur dans le travail</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'apprenant(e)               <ul style="list-style-type: none"> <li>• associe des lumières à des effets psychologiques ;</li> <li>• perçoit comment un éclairage contribue à la création d'effets statiques, dynamiques ou de flottement</li> </ul> </li> </ul>



## 4.7. LA MAITRISE DES COUTS

**OBJECTIF :** Conscientiser le futur vendeur ou la vendeuse au rapport coût/bénéfice qui motive tout effort de promotion.

**COMPETENCE :** Evaluer le coût objectif d'une action de promotion.

**NOTE METHODOLOGIQUE :** Ce point doit être mené en parallèle avec le cours de gestion. Il doit identifier les différentes composantes du coût :

- le prix de revient des matériaux ;
- le coût des accessoires et des décors ;
- l'amortissement du matériel ;
- la consommation d'éclairage ;
- le temps nécessaire à l'aménagement, le coût éventuels des déplacements ;
- La durée de la promotion.

<b>CONTENUS OPERATIONNELS ET SAVOIR-FAIRE</b>	<b>CONTENUS ASSOCIES</b>	<b>SITUATIONS D'APPRENTISSAGE</b>	<b>INDICATEURS DE MAITRISE DES COMPETENCES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estimer le temps nécessaire à la réalisation.</li> <li>• Etablir le devis de la réalisation</li> <li>• Respecter celui-ci.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les catalogues, les prix unitaires</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En parallèle avec le cours de gestion</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'apprenant(e) fait une estimation fiable des coûts de réalisation d'un projet simple. Tous les éléments à mettre en œuvre sont identifiés et quantifiés. Le temps nécessaire à la réalisation est correctement évalué.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Réaliser des étalages et des vitrines dans les limites d'un budget alloué et d'un temps limité</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• idem</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• A partir de consignes relatives aux intentions de promotion, l'apprenant propose différentes idées d'étalages Il justifie ses projets en fonction               <ul style="list-style-type: none"> <li>• de l'intention expressive ;</li> <li>• du type de promotion.</li> </ul> </li> </ul>

#### 4.8. LA P.L.V. HORS VITRINE : LES IMPLANTATIONS

**OBJECTIF :** Etendre l'attention du futur vendeur ou la vendeuse à la présentation générale à l'intérieur du magasin, déjà implicitement traitée dans les chapitres ci-dessus. (Si le vendeur n'a pas de pouvoir sur les implantations qui relèvent de l'installation du magasin et du patron, il est utile qu'il ait en tête certaines notions pratiques de psychologie de la vente liée à la présentation des marchandises).

**COMPETENCE :** Adopter les solutions les plus vendeuses lors de l'installation des marchandises à l'intérieur du magasin.

**NOTE METHODOLOGIQUE :** Essentiellement théorique, ce chapitre trouve d'excellents prolongements lors des observations menées par le professeur lors des visites de magasin et lors des stages.

<b>CONTENUS OPERATIONNELS ET SAVOIR-FAIRE</b>	<b>CONTENUS ASSOCIES</b>	<b>SITUATIONS D'APPRENTISSAGE</b>	<b>INDICATEURS DE MAITRISE DES COMPETENCES</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Répondre de manière appropriée et vendeuse à une infrastructure existante</li><li>• Pouvoir suggérer des aménagements susceptibles de favoriser les ventes</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Les implantations « en grille », de biais ou libres (caractéristiques, avantages et inconvénients).</li><li>• Les étalages intérieurs et les « coins » particuliers (ambiance jeune, par exemple).</li><li>• Les achats d'impulsion.</li><li>• Les ventes additionnelles (Jupes et blouses, par exemple).</li><li>• Les rangements (effets de masse et de vide, pêle-mêle pour les liquidations).</li><li>• Influence des hauteurs de présentation sur la vente.</li><li>• Les « points chauds » (croisements, articles à prix rond près de la caisse, etc.).</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Observation lors des visites de magasins.</li><li>• Rapport de stage.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• L'apprenant peut analyser de manière pertinente et critique des implantations et des ambiances de magasin. Il peut proposer des solutions alternatives efficaces.</li></ul>

#### **4.9. LES COMPETENCES A EXERCER**

Le profil de qualification a retenu trois compétences qu'il est recommandé d'exercer où à tout le moins de sensibiliser les élèves. Certaines n'ont pu être insérées dans le corps du présent document. Elles feront donc l'objet d'une particulière attention et du développement approprié lorsque l'occasion se présentera :

- Appliquer les techniques de marketing ciblé ;
- Appliquer la législation relative aux opérations commerciales et promotionnelles ;
- Déterminer le contenu et le style d'un message publicitaire

## 5. 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.

### 5.1. 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-étagères). 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-étagères : 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 épingles d'étagère 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'étagériste, pistolet à colle, scie sauteuse, filcoupeur, foreuse, latte métallique d'un mètre, fil nylon, fil métallique fin et épais, épingles 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.

## 5.2. 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 caractéristique marquée 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.

### **5.3. 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.

## 6. ORIENTATION BIBLIOGRAPHIQUE

Les ouvrages relatifs à l'étalagisme 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'étalagiste*. 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'étalage, 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.

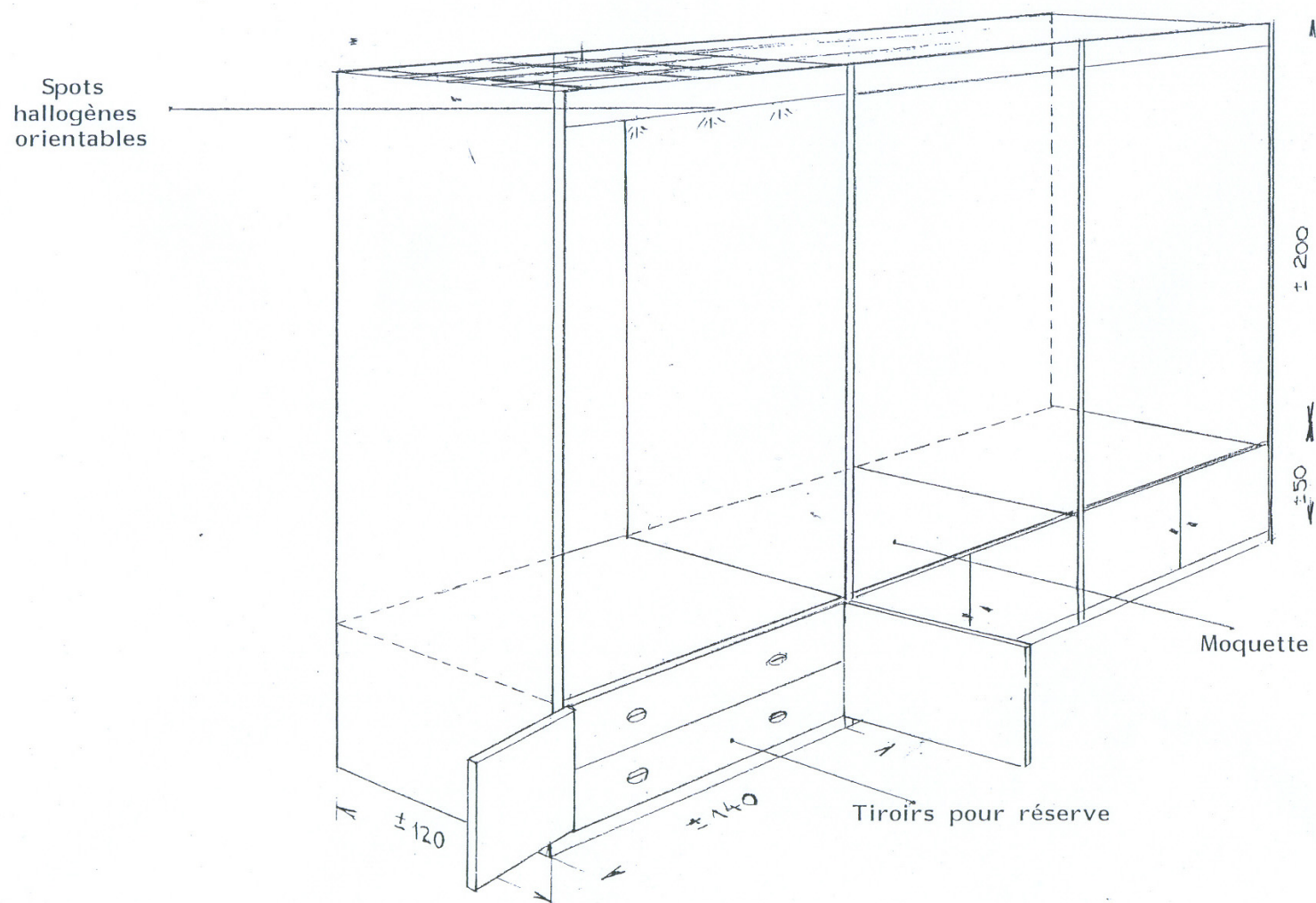
---

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)

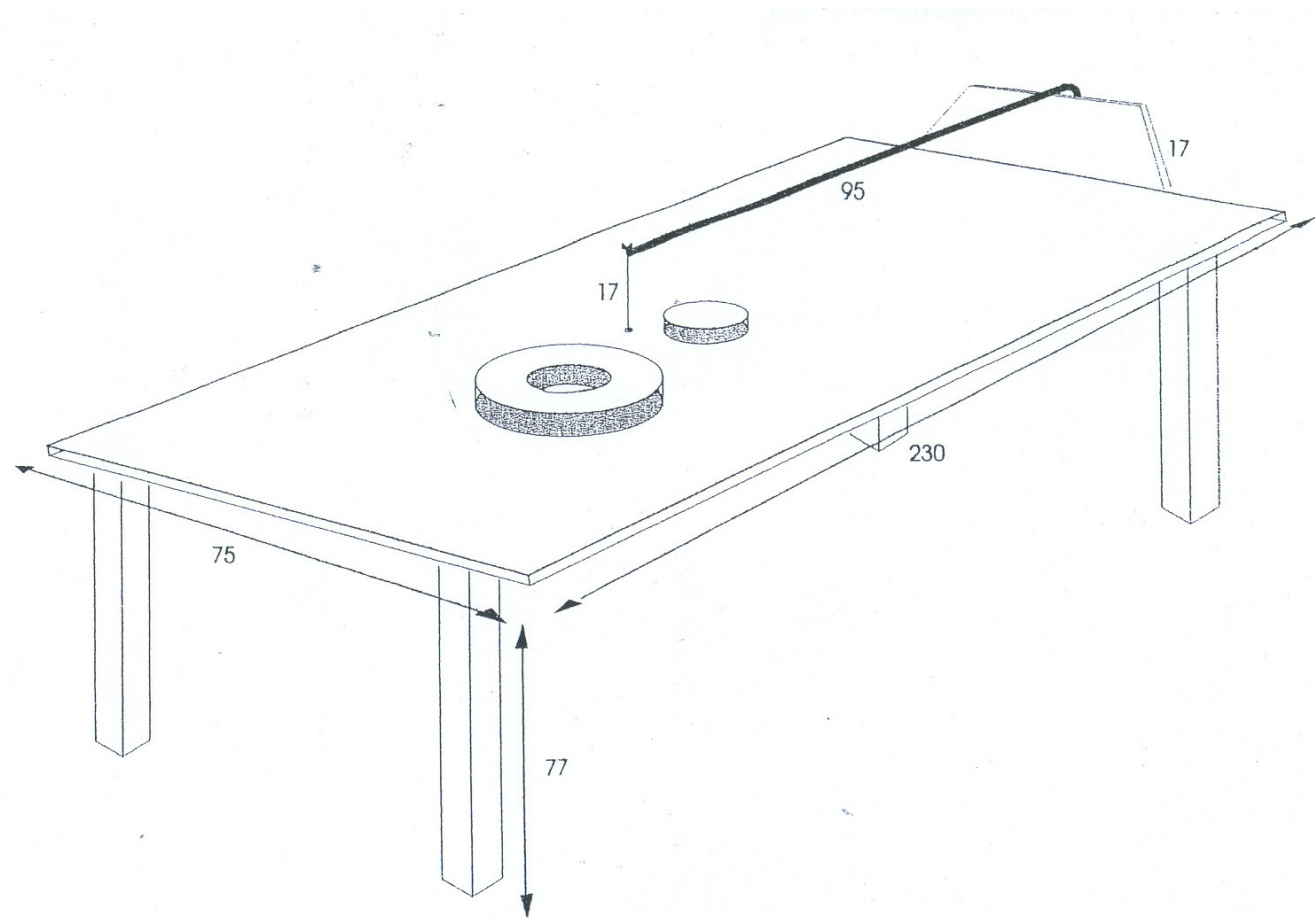
sous la présidence d'André Lamblin, Inspecteur.

## ANNEXE 1 : Logettes-podiums Dimensions générales

### Caillebotis de bois







**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)

