



## DOSSIER DE FORMATION ET DES PRESTATIONS (DFP)

### TABLE DES MATIERES

1.	<i>Introduction</i>	<i>Pages 1 - 3</i>
2.	<i>Objectifs de formation</i>	<i>Pages 4 - 35</i>
3.	<i>Planification et contrôle</i>	<i>Pages 36 - 39</i>
4.	<i>Situations de travail et d'apprentissage (STA)</i>	<i>Pages 40 - 45</i>
5.	<i>Cours interentreprises et contrôle des compétences</i>	<i>Pages 46 - 48</i>
6.	<i>Processus de qualification en entreprise avec examens finaux</i>	<i>Pages 49 – 55</i>

### 1. INTRODUCTION

#### SENS ET BUT

Les employés de commerce sont des collaborateurs centrés sur les prestations de travail dans les processus d'entreprise. Leur domaine professionnel s'étend du conseil à la clientèle externe et interne, à l'exécution de tâches spécifiques à la branche en passant par l'exécution de tâches spécifiques. Ils possèdent des compétences communes, mais les priorités diffèrent selon la branche dans laquelle ils exercent leur activité, la stratégie de l'entreprise et les attitudes personnelles.

L'orientation client, l'initiative individuelle et la disposition à apprendre tout au long de la vie caractérisent leur attitude.



Afin de répondre à ces exigences, les employés de commerce doivent disposer de compétences opérationnelles. Ces dernières sont composées de compétences professionnelles, de compétences méthodologiques ainsi que de compétences sociales et personnelles.

Le dé des compétences présente les liens entre les différents éléments déterminants pour la qualification professionnelle, méthodologique, interpersonnelle et individuelle.

### *GROUPES-CIBLE*

Le Dossier de formation et des prestations (DFD) s'adresse aux personnes en formation, aux formateurs professionnels et pratiques ainsi qu'aux responsables des cours interentreprises. Il remplace le Guide méthodique type en vigueur jusqu'à maintenant.

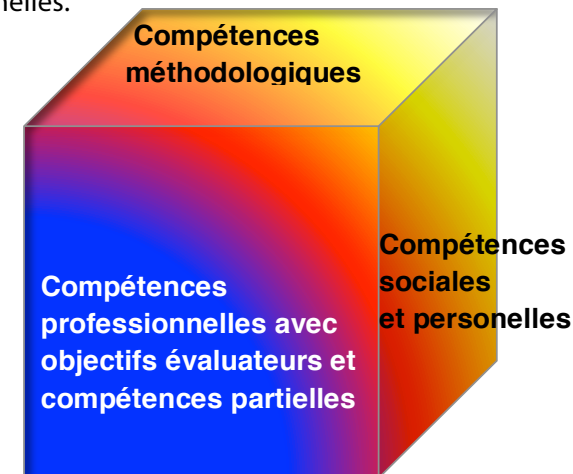
### *CONTENU DU DFP*

Le Dossier de formation et des prestations (DFP) comporte les directives en vigueur dans la branche de la Communication&Marketing ainsi que les objectifs de formation avec contrôles de compétences partiels en entreprise et lors des cours interentreprises. Il offre en outre des formulaires d'aide pour la formation en entreprise. Le Dossier de formation et des prestations (DFP) est disponible sous forme électronique sur [www.time2learn.ch](http://www.time2learn.ch).

Les objectifs de prestations en entreprise sont liés à ceux des cours interentreprises. Cela doit permettre d'offrir simultanément une formation pratique et théorique.

### *INFORMATIONS ET RENSEIGNEMENTS*

Les informations et les interlocuteurs peuvent être trouvés sur [www.marketingcomm.ch](http://www.marketingcomm.ch)





## VUE D'ENSEMBLE DE LA FORMATION EMPLOYE/EES DE COMMERCE CFC

<b>Sorte de formation:</b>	<b>Durée</b>	<b>Désignation</b>
Formation professionnelle en entreprise avec une formation de 1-2 jours à l'école professionnelle.	3 ans	Formation duale
Ecole de Commerce avec 3 ans d'école et 1 an de pratique	4 ans	Ecoles publiques avec stages pratiques en entreprise
Ecole de Commerce privée avec 2 ans d'école et 1 an de pratique	3 ans	Ecoles privées avec stages pratiques en entreprise
Certificat fédéral de capacité après la maturité Formation abrégée avec une réduction des sujets à l'école professionnelle	2 ans	Formation abrégée duale
Formation de base selon art. 32 OFPr pour adultes justifiant d'au moins 5 ans d'expérience professionnelle.		Formation de rattrapage dans une école
Validation de formations		Prise en compte de formations professionnelles non formelles

Valable dès le 01.01.2012 pour les personnes en formation dès 2012

Mis en vigueur par la Commission de surveillance et de cours de la branche de la Communication&Marketing

Le 22 novembre 2011 / Changement du nom le 9 mai 2017



<p>Remarques :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Afin de faciliter la lecture du document, le masculin est utilisé pour désigner les deux sexes.</li> <li>- Par « client », on entend toutes les personnes dans et en dehors de l'entreprise ainsi que les organisations pour lesquelles l'employé de commerce effectue des prestations.</li> <li>- Les compétences méthodologiques, personnelles et sociales (MSP) sont décrites de manière détaillée dans le plan de formation, partie A: Compétences opérationnelles (chap. 2 Compétences méthodologiques, chap. 3 Compétences sociales et personnelles).</li> <li>- Les explications relatives aux niveaux taxonomiques C1 à C6 servant à déterminer le niveau d'exigences des objectifs évaluateurs sont présentées dans le chapitre 4.</li> </ul> <p>Règles concernant les objectifs évaluateurs obligatoires et optionnels de la partie entreprise</p> <p>Le domaine de formation « Branche et entreprise » est constitué, dans la branche de formation et d'examens Communication&amp;Marketing, de 20 objectifs évaluateurs obligatoires pour la partie entreprise, qui doivent être traités et atteints par toutes les personnes en formation, et de 13 objectifs évaluateurs optionnels pour la partie entreprise, dont 3 doivent être traités et atteints.</p> <p>Le choix des objectifs optionnels est effectué par le responsable de la formation professionnelle de l'entreprise dans le cadre de l'établissement du programme de formation individuel de chaque apprenti. Lors de son choix, le responsable de la formation professionnelle tient compte des dispositions de l'entreprise formatrice et, dans la mesure du possible, des préférences et des aptitudes de l'apprenti.</p> <p>Le programme de formation est établi pour chaque apprenti au début de sa formation. Au début d'un nouveau semestre, il est possible de prendre en compte dans la mise en œuvre du programme de formation des changements dans l'entreprise ou des expériences. Les adaptations en cours de semestre ne sont pas autorisées. Les objectifs évaluateurs obligatoires et optionnels définis pour chaque semestre constituent la base, d'une part, des situations de travail et d'apprentissage ainsi que des unités de formation dans le cadre de la note d'expérience de la partie entreprise et, d'autre part, du domaine de qualification « pratique professionnelle – oral ». Le domaine de qualification « pratique professionnelle – écrit » porte sur les objectifs évaluateurs obligatoires de la partie entreprise et sur les objectifs évaluateurs pour les cours interentreprises.</p>							
<p>1.1. Objectif général – Branche &amp; entreprise (organiser des processus d'économie d'entreprise et/ou des processus de prestations de service)</p> <p>Pour l'employé de commerce, l'organisation de processus d'économie d'entreprise centrés sur les services et la clientèle est de la plus haute importance. L'employé de commerce maîtrise les processus d'économie d'entreprise faisant partie de son domaine d'activités et connaît les exigences y relatives. A cette fin, il dispose de connaissances professionnelles générales et spécifiques de sa branche et utilise des méthodes de travail appropriées. Grâce à son comportement professionnel, il exécute ses tâches de manière ciblée dans les domaines du conseil à la clientèle, du traitement des dossiers et de l'administration.</p>							
<p>1.1.1 Objectif particulier – Gérer le matériel/les marchandises ou des prestations de service</p> <p>L'employé de commerce est conscient de l'importance d'une bonne gestion du matériel/des marchandises. Il maîtrise toutes les étapes de ce processus en effectuant ses tâches de manière efficace et ciblée dans le respect des directives de l'entreprise et des dispositions légales.</p>							
<p>Compétences méthodologiques 2.1 Travail efficace et systématique</p> <p>Compétences sociales et personnelles 3.6. Conscience écologique</p>							
<p><b>Objectifs évaluateurs partie entreprise (blanc) avec compétences partielles (bleu)</b></p>		<p><b>Trucs et astuces</b></p>	<p><b>Objectifs évaluateurs CIE</b></p>	<p><b>Objectifs évaluateurs école prof. Profil E</b></p>	<p><b>semestre</b></p>	<p><b>Objectifs évaluateurs école prof. Profil B</b></p>	<p><b>semestre</b></p>
<p>1.1.1.1 Gérer le matériel et les marchandises (y compris le matériel de bureau) C5 (Optionnel)</p> <p>J'achète du matériel et des marchandises conformément aux directives de l'entreprise et aux dispositions légales et j'exécute les tâches suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- demander des offres et les comparer</li> <li>- se renseigner sur les conditions et les délais de livraison</li> <li>- commander le matériel/les marchandises</li> <li>- contrôler les livraisons</li> <li>- réclamer en cas de livraisons erronées</li> </ul>		<p>Rassembler l'ensemble des informations afin de réaliser une demande d'offre.</p> <p>Procéder de manière autonome à la commande de matériel ou de marchandises.</p> <p>Contrôler le contenu des commandes dès réception et, si nécessaire, immédiatement procéder aux réclamations.</p>	<p>1.5.3.4 Droit des contrats</p> <p>1.5.3.5 Contrat de vente</p> <p>1.5.3.10 Droit fiscal (TVA)</p> <p>1.5.4.3 Economie de marché</p> <p>1.5.4.9 Inflation</p> <p>1.5.1.4 Monnaies étrangères</p> <p>1.5.4.7 Globalisation</p> <p>1.5.1.2 Comptabilité de l'entreprise commerciale</p>	<p>2</p> <p>2</p> <p>3</p> <p>4</p> <p>4</p> <p>2</p> <p>5</p> <p>2</p>	<p>1.5.3.4 Droit des contrats</p> <p>1.5.3.5 Contrat de vente</p> <p>1.5.3.10 Droit fiscal (TVA)</p> <p>1.5.4.3 Economie de marché</p> <p>1.5.4.9 Inflation</p> <p>1.5.1.4 Monnaies étrangères</p> <p>1.5.4.7 Globalisation</p> <p>1.5.1.2 Comptabilité de l'entreprise commerciale</p>	<p>2</p> <p>2</p> <p>3</p> <p>5</p> <p>5</p> <p>5</p> <p>6</p> <p>4</p>	



<p>1.1.1.1.1 Classer un article publicitaire en fonction des pays de production (Optionnel) C2 Je classe un article publicitaire en fonction des pays de production et énumère les matériaux correspondants.</p>						
<p>1.1.1.1.2 Déterminer les itinéraires et les moyens de transports (Optionnel) C4 Je détermine quels sont les itinéraires de transport appropriés pour une commande. Ce faisant, je tiens compte des avantages et des risques du moyen de transport. Je calcule le temps requis par les moyens de transport. Je regroupe les conditions de transport (Conditions générales ICON). Je calcule les surfaces requises (m2) pour demander une offre de transport.</p>	<p>Moyens de transports par: - Voie d'eau ou maritime - Voie aérienne - Voie ferrée - Route - Combinaison</p>					
<p>1.1.1.1.3 Traiter les contrats d'importation et d'exportation (C3) (Optionnel) Je traite les contrats d'importation ou d'exportation en fonction des critères juridiques en vigueur et de ceux de l'entreprise. J'assume avec compétence les travaux suivants: - Préparer les documents douaniers - Traiter les documents d'assurances - Traiter les instruments de garantie de paiement (p. ex. les accreditifs) - Documenter les transports - Etablir les décomptes - Obtenir les certificats d'origine et autres documents requis.</p>						
<p>1.1.1.2 Stocker/gérer le matériel/les marchandises C5 (Optionnel) Je stocke le matériel et les marchandises dans les règles de l'art. Ce faisant, je remplis de manière compétente les exigences suivantes : - entreposer les marchandises - tenir à jour les stocks - gérer les stocks - établir l'inventaire</p>						
<p>1.1.1.3 Livrer le matériel/les marchandises C5 (Optionnel) J'organise les livraisons de matériel/marchandises en respectant les directives de l'entreprise. A cette fin, j'exécute, j'accompagne ou je contrôle de manière autonome les étapes de travail suivantes : - traiter les commandes - préparer le matériel/les marchandises - établir les documents de livraison - choisir le transporteur</p>						



1.1.2 Objectif particulier – Conseiller les clients						
L'employé de commerce est conscient du fait que les clients sont les groupes d'intérêts les plus importants d'une entreprise. Il traite leurs demandes de manière appropriée et à leur satisfaction. Il dispose de bonnes connaissances des produits et des services, de compétences de conseil confirmées et de techniques de vente adaptées aux clients. En outre, il a une approche professionnelle de la qualité du service auquel il accorde beaucoup d'importance.						
Compétences méthodologiques 2.3 Aptitude à la négociation et au conseil 2.4 Présentation efficace						
Compétences sociales et personnelles 3.2 Capacité à communiquer 3.4 Civilité						
Objectifs évaluateurs partie entreprise (blanc) avec compétences partielles (bleu)	Trucs et astuces	Objectifs évaluateurs CIE	Objectifs évaluateurs école prof. Profil E	semestre	Objectifs évaluateurs école prof. Profil B	semestre
1.1.2.1 Traiter les demandes des clients C3 (OBLIGATOIRE) Je traite les demandes des clients de manière appropriée en suivant les directives de l'entreprise. Ce faisant, j'exécute les tâches suivantes à la satisfaction des clients et dans le respect des règles de courtoisie : - répondre aux demandes des clients - clarifier les besoins - traiter les demandes des clients moi-même ou les transmettre aux personnes compétentes - enregistrer les contacts avec les clients en utilisant des documents clairs et appropriés			1.5.4.1 Besoins / types de biens 1.5.3.4 Droit des contrats	1 2	1.5.4.1 Besoins / types de biens 1.5.3.4 Droit des contrats	1 2
1.1.2.1.1 Traiter les demandes de clients de manière appropriée C3 (OBLIGATOIRE) J'utilise les moyens à disposition ou je crée/adapte ces derniers de manière autonome (par exemple: processus, checkliste, formulaire, etc.).						
1.1.2.2 Mener des entretiens clients C5 (OBLIGATOIRE) Je mène des entretiens de vente ou de conseil avec des clients avec amabilité et conviction tout en poursuivant des objectifs clairement définis. A cet effet, j'utilise de manière ciblée mes connaissances des produits et des services en procédant comme suit : - préparer l'entretien - mener l'entretien (identifier les besoins des clients, présenter des variantes, montrer la valeur ajoutée de mes propres solutions, réfuter les éventuelles objections, fixer la suite des démarches) et le clore avec succès - assurer le suivi de l'entretien (offres, contrats, confirmations, etc.)	Les entretiens clients sont menés en face à face ou par téléphone. Un contact par email peut également être une forme d'entretien client.	1.1.2.2 Mener des entretiens clients (C5) Je mène et j'analyse des entretiens de vente ou de conseil. A cet effet, j'utilise de manière ciblée mes connaissances des produits et des services en procédant comme suit :- préparer l'entretien - mener l'entretien (identifier les besoins des clients, présenter des variantes, montrer la valeur ajoutée de mes propres solutions, réfuter les éventuelles objections, fixer la suite des démarches) et le clore avec succès, - assurer le suivi de l'entretien (offres, contrats, confirmations, etc.). Ce faisant, j'applique les conditions en vigueur à ce moment là et élabore une solution individuelle pour les clients, qui réponde au mieux à leurs attentes. Je prête attention à ma communication verbale et non verbale, ainsi qu'à celle de mes partenaires commerciaux, et j'élargis mes capacités à l'aide du carré de communication de Schulz von Thun. Je montre les différences entre communication privée, publique, orientée vers le contenu et commerciale.	1.2.1.6 Expression orale 1.2.1.7 Stylistique (textes adaptés au destinataire) 1.2.6.1 Faits et opinions 1.2.6.2 Argumentation orale 1.2.6.3 Argumentation écrite 1.2.7.1 Communication verbale 1.2.7.2 Communication non verbale 1.2.7.3 Feed-back	3,4 3,4 2-3 2-4 4-6 1 1 1-2	1.2.1.6 Expression orale 1.2.1.7 Stylistique (textes adaptés au destinataire) 1.2.6.1 Faits et opinions 1.2.6.2 Argumentation orale 1.2.6.3 Argumentation écrite 1.2.7.1 Communication verbale 1.2.7.2 Communication non verbale 1.2.7.3 Feed-back	1-4 1-4 2-3 2-4 4-6 1 1 1-2



<p>1.1.2.2.1 Préparer un entretien C5 (OBLIGATOIRE) Je prépare de manière autonome un entretien client. Je rassemble l'ensemble des documents nécessaires à ce dernier tels que des données clients, des offres existantes, des prospectus, des listes de prix, etc. Pour ce faire, je procède par étapes successives.</p>						
<p>1.1.2.2.2 Mener un entretien C5 (OBLIGATOIRE) Lorsque je m'entretiens avec des clients, je m'intéresse à leurs besoins. Cela veut dire: - clarifier les besoins et identifier des idées/solutions concrètes - écouter attentivement et lors d'incompréhensions, reformuler ou demander des informations complémentaires - établir des propositions et répondre avec la terminologie de la branche - démontrer de manière convaincante la valeur ajoutée de ma solution/proposition - traiter les objections possibles - définir les prochaines étapes</p>	<p>Lorsque je pose des questions ouvertes, mon interlocuteur peut répondre de manière détaillée. La pyramide de Maslow est un bon modèle théorique pour m'aider à classer les différents besoins de mes clients.</p>					
<p>1.1.2.2.3 Assurer le suivi des entretiens C5 (OBLIGATOIRE) J'assure le suivi des entretiens clients. Pour ce faire: - Je rédige les notes de la conversation de manière compréhensible pour un tiers - Je répertorie en détail les tâches en cours et celles déjà effectuées - Je produis les documents relatifs à la conversation selon les impératifs de mon entreprise</p>						
<p>1.1.2.3 Gérer les informations des clients C4 (OBLIGATOIRE) Je gère de façon claire et transparente les informations et les données relatives aux clients. Ce faisant, j'utilise de manière ciblée les systèmes et les instruments de l'entreprise pour effectuer les travaux suivants : - saisir, structurer, classer et mettre à jour les données client - évaluer les contacts avec les clients Je traite les données sensibles en toute confidentialité tout en respectant les dispositions légales et les directives de l'entreprise</p>	<p>Les données clients peuvent aussi bien se référer à des clients externes qu'à des clients internes. L'administration des données clients nécessite l'utilisation correcte du logiciel de l'entreprise formatice.</p>		<p>1.4.5.2 Opérations de base (Excel) 2 1.4.5.3 Calculs (Excel) 3 1.4.5.4 Gestion des données (Excel) 3</p>		<p>1.4.5.2 Opérations de base (Excel) 2 1.4.5.3 Calculs (Excel) 3 1.4.5.4 Gestion des données (Excel) 3</p>	



1.1.3 Objectif particulier – S’occuper du traitement des commandes  
L’employé de commerce est responsable du déroulement correct des commandes. Il les exécute par étapes successives selon les directives de l’entreprise en veillant à ce que les délais et les exigences en matière de qualité soient respectés. Ce faisant, il travaille de manière autonome et efficace en utilisant les outils appropriés.  
Compétences méthodologiques 2.2 Approche et action interdisciplinaires 2.1 Travail efficace et systématique  
Compétences sociales et personnelles 3.3 Aptitude au travail en équipe 3.6 Conscience écologique

Objectifs évaluateurs partie entreprise (blanc) avec compétences partielles (bleu)	Trucs et astuces	Objectifs évaluateurs CIE	Objectifs évaluateurs école prof. Profil E	semestre	Objectifs évaluateurs école prof. Profil B	semestre
<p>1.1.3.1 Exécuter les commandes C3 (OBLIGATOIRE) J’exécute les commandes internes et externes avec ou sans partenaire commercial de manière appropriée et autonome, notamment les tâches suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- prendre les commandes</li> <li>- clarifier les souhaits et les besoins</li> <li>- saisir les données relatives à la commande</li> <li>- appliquer la procédure exacte</li> <li>- présenter les critères de déroulement des commandes</li> <li>- traiter et exécuter les commandes</li> <li>- veiller au déroulement correct des commandes</li> </ul> <p>Je garantis que les clients bénéficient à leur pleine et entière satisfaction de tous les produits et services fournis par mon entreprise (que ce soient les siens ou ceux qu’elle a acquis auprès d’une entreprise tierce).</p>	<p>Lorsque l’on me confie une activité importante, je procède de manière systématique. Pour planifier mon travail, j’applique la méthode des 6 étapes:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. S’informer</li> <li>2. Planifier</li> <li>3. Décider</li> <li>4. Réaliser</li> <li>5. Contrôler</li> <li>6. Evaluer</li> </ol>	<p>1.1.3.1 Exécuter les commandes (C3) J’explique l’ensemble du contenu d’une commande au sein d’un domaine spécialisé avec en employant la terminologie correcte. J’exécute toutes les étapes internes de la préparation du travail (le terme allemand AVOR est parfois utilisé) conformément aux directives internes. Je présente la procédure exacte et les critères spécifiques du déroulement de la commande. - A l’aide de mes connaissances spécialisées, des moyens auxiliaires disponibles et des directives, je traite les commandes et tiens compte des recoupements. Je cite les professionnels et leurs responsabilités au sein du processus et assure la communication de toutes parts. Ce faisant, je tiens compte des exigences techniques et veille à un échange professionnel de données. Je surveille les délais en suivant un calendrier de la production et des commandes que j’ai moi-même établi et j’envoie si nécessaire des rappels. Je contrôle les commandes de manière autonome et prends les mesures qui s’imposent en cas de lacunes.</p>	<p>1.5.3.1 Principales bases du droit et de l’Etat 1.5.3.3 Création de l’obligation 1.5.3.5 Contrat de vente 1.4.1.6 Processus</p>	<p>1, 2 2 2 1</p>	<p>1.5.3.1 Principales bases du droit et de l’Etat 1.5.3.3 Création de l’obligation 1.5.3.5 Contrat de vente 1.4.1.6 Processus</p>	<p>2 2 2 1</p>
<p>1.1.3.1.1 Réception des commandes C3 (OBLIGATOIRE) - Je réceptionne de manière complète et indépendante les commandes externes ou internes impliquant ou non un partenaire commercial. - Je clarifie les désirs et les besoins et je les résume en mots-clés. - Je saisis de manière complète les données de la commande. - J’explique la suite de la procédure au client.</p>						





<p>1.1.3.1.2 Traitement des commandes C3 (OBLIGATOIRE) Je traite les commandes de manière autonome et professionnelle selon la procédure et les critères définis: - Je prends en considération les interfaces - Pour chaque étape du processus, je nomme les personnes responsables (experts) ainsi que leurs compétences - J'assure une communication transversale - Je tiens compte des contraintes techniques - J'assure un échange professionnel des données - Je traite la commande complètement, efficacement et de manière autonome</p>					
<p>1.1.3.1.3 Assurer la saisie des commandes C3 (OBLIGATOIRE) J'assure le bon déroulement de la saisie des commandes car je les contrôle et en cas de besoin, je prends les mesures nécessaires: - Je suis selon mon propre agenda les échéances liées au bon déroulement de la saisie de commande - Je relance en cas de besoin - Je contrôle de manière autonome les commandes - Je mets en place des mesures en cas d'informations incomplètes</p>					
<p>1.1.3.1.4 Expliquer la chaîne graphique C3 (OBLIGATOIRE) Je décris le déroulement normal de la production d'un imprimé en mentionnant les compétences requises ainsi que le temps approximatif nécessaire.</p>	<p>Début de la réalisation, layout, photo, traduction, PAO, bon-à-tirer, impression, autres traitements incluant le traitement interne de la commande.</p>				
<p>1.1.3.2 Gérer les réclamations des clients C4 (OBLIGATOIRE) Je réagis de manière professionnelle aux réclamations des clients. Je cherche une solution selon les directives internes de l'entreprise en fonction de mes compétences et en tenant compte des dispositions légales. En cas de besoin, je procède de la manière suivante les étapes suivantes entrant en ligne de compte: évaluer les résultats, informer mon supérieur, le prestataire, le partenaire.</p>			<p>1.5.3.4 Droit des contrats 1.4.3.3 Réclamations</p>	<p>2 3</p>	<p>1.5.3.4 Droit des contrats 1.4.3.3 Réclamations</p> <p>2 3</p>
<p>1.1.3.3 Traiter les commandes de manière efficace et dans les délais C5 (OBLIGATOIRE) Lors d'un processus impliquant plusieurs spécialistes, je veille aux délais et répartir mon temps à l'aide de plannings journaliers et de listes de tâches afin d'exécuter les commandes de manière efficace et compétente, même sous une forte pression des délais.</p>		<p>1.1.3.3 Traiter les commandes de manière efficace (C3) Dans les domaines de la publicité, des médias, de la rédaction, du marché d'utilisateurs, de la production, de l'édition et de la distribution, je respecte les délais lors du déroulement d'un processus impliquant plusieurs spécialistes.</p>			



1.1.4 Objectif particulier – Mettre en œuvre des mesures de marketing et de relations publiques  
L'employé de commerce sait que le marketing et les relations publiques sont très importants et qu'ils contribuent au succès de l'entreprise. Il utilise les instruments appropriés dans ce domaine en tenant compte de la situation et du public visé.

Compétences méthodologiques 2.2 Approche et action interdisciplinaires  
Compétences sociales et personnelles 3.1. Disposition à la performance

Objectifs évaluateurs partie entreprise (blanc) avec compétences partielles (bleu)	Trucs et astuces	Objectifs évaluateurs CIE	Objectifs évaluateurs école prof. Profil E	semestre	Objectifs évaluateurs école prof. Profil B	semestre
1.1.4.1 Analyser et décrire la commercialisation des produits et services C4 (OBLIGATOIRE) J'analyse et je décris le principe de commercialisation des produits et des services de mon entreprise formatrice. Ce faisant, je tiens compte de la situation du marché, des groupes visés et du positionnement des offres. Je le présente à l'aide d'exemples concrets.	Je réponds aux questions suivantes: - Qui sont nos clients? - Quels sont leurs besoins? - A qui s'adressent les prestations de mon entreprise formatrice et pourquoi?  Je décris les produits et services de mon entreprise en fonction de leur groupe-cible et du positionnement. Pour ce faire, j'utilise les documents de vente ou de marketing de mon entreprise ainsi que les résultats d'études de marché.	1.1.4.1 Analyser et décrire la commercialisation des produits et services (C5) J'analyse et je décris le principe de commercialisation des produits et des services de mon entreprise formatrice. Ce faisant, je tiens compte de la situation du marché, des groupes d'intérêts et du positionnement des offres.	1.5.2.6 Notions de base de marketing 1.5.2.7 Marketing-mix (4P) 1.5.4.1 Besoins 1.5.4.3 Economie de marché	1 1 1 4	1.5.2.6 Notions de base de marketing 1.5.2.7 Marketing-mix (4P) 1.5.4.1 Besoins 1.5.4.3 Economie de marché	1 1 1 4
1.1.4.1.1 Définir les groupes-cibles C4 (OBLIGATOIRE) Je définis un groupe-cible à l'aide de critères sociodémographiques, socioéconomiques et psychologiques tout en tenant compte du comportement d'achat.		1.1.4.1.1 Définir les groupes-cibles (C4) Je définis un groupe-cible à l'aide de critères sociodémographiques, socioéconomiques et psychologiques tout en tenant compte du comportement d'achat.				
1.1.4.1.2 Concevoir un positionnement C4 (OBLIGATOIRE) Je positionne un produit ou un service de mon entreprise formatrice avec les instruments usuels dans ma branche.		1.1.4.1.2 Concevoir un positionnement (C4) Je positionne un produit ou un service de mon entreprise formatrice avec les instruments usuels dans ma branche.				



<p>1.1.4.1.3 Appliquer les résultats d'études du marché C4 (OBLIGATOIRE) J'emploie des sources couramment utilisées dans la branche pour déterminer les habitudes de consommation et, vis-à-vis des médias, je les prépare pour une application professionnelle (p. ex. planification médias). A cet égard, j'applique correctement les méthodes d'enquête habituelles ainsi que la terminologie spécialisée.</p>		<p>1.1.4.1.3 Appliquer les résultats d'études du marché (C4) J'emploie des sources couramment utilisées dans la branche pour déterminer les habitudes de consommation et, vis-à-vis des médias, je les prépare pour une application professionnelle (p. ex. planification médias). A cet égard, j'applique correctement les méthodes d'enquête habituelles ainsi que la terminologie spécialisée.</p>			
<p>1.1.4.1.4 Introduire un nouveau produit sur le marché ou augmenter la notoriété d'un produit (OBLIGATOIRE) C3 A l'aide d'un exemple, je spécifie les étapes lors de l'introduction d'un nouveau produit sur un marché, respectivement pour augmenter la notoriété d'un produit ou d'un service.</p>	<p>Groupe-cible, positionnement et choix des instruments de marketing, éditeurs de médias: tirage et nombre d'annonces.</p>				
<p>1.1.4.1.5 Désigner les objectifs marketing (optionnel) C3 Je distingue, à travers des exemples concrets, les objectifs de marketing qualitatifs et quantitatifs et je mets en évidence la règle S.M.A.R.T. pour chacun.</p>	<p>SMART: Specific (spécifique) Mesurable (mesurable) Achievable (atteignable) Relevant (relevant/significatif) Time based (temporalité)</p>	<p>1.1.4.1.5 Désigner les objectifs marketing C3 Je distingue, à travers des exemples concrets, les objectifs de marketing qualitatifs et quantitatifs et je mets en évidence la règle S.M.A.R.T. pour chacun.</p>			
<p>1.1.4.1.6 Distinguer l'identité, la réputation et l'image de marque (Branding) (Obligatoire) C3 Je fais la distinction entre l'image et l'identité de la marque ou celle du produit. Au moyen d'un exemple, je peux indiquer des mesures de contrôle pour veiller à ce que l'image publique coïncide au mieux avec l'image que l'on se fait du produit ou de la marque.</p>		<p>1.1.4.1.6 Distinguer l'identité, la réputation et l'image de marque (Branding) C3 Je fais la distinction entre l'image et l'identité de la marque ou celle du produit. Au moyen d'un exemple, je peux indiquer des mesures de contrôle pour veiller à ce que l'image publique coïncide au mieux avec l'image que l'on se fait du produit ou de la marque.</p>			
<p>1.1.4.1.7 Porter attention au service à la clientèle (Obligatoire) C3 Pour favoriser la confiance et la fidélité des clients, j'applique les mesures usuelles dans mon activité.</p>					



1.1.4.2 Appliquer les 4 P du Marketing: produit – utiliser les instruments de marketing pour un produit C3 (OBLIGATOIRE) Afin d'acquérir ou de fidéliser des clients de mon entreprise, j'utilise de manière ciblée les instruments de marketing requis (politique de produit) en ce qui concerne la qualité, le contrôle qualité, le nom, l'emballage, l'assortiment (offre de produits et services), le service et la garantie.	Relaunch d'un journal/magazine, couverture d'un livre, etc.	1.1.4.2 Appliquer les 4 P du Marketing: produit – utiliser les instruments de marketing pour un produit C3 Afin d'acquérir ou de fidéliser des clients, j'utilise de manière ciblée les instruments de marketing appropriés (politique de produit) en ce qui concerne la qualité, le design, le nom, l'emballage, l'assortiment, le service et la garantie	1.5.2.7 Marketing-mix (4P)	1	1.5.2.7 Marketing-mix (4P)	1
1.1.4.2.1 Utiliser de manière ciblée différents types de papiers et connaître leurs propriétés C3 (OBLIGATOIRE) Je classe le papier en fonction du but recherché et du produit en tenant compte de la fabrication, du prix et des propriétés d'impression.		1.1.4.2.1 Utiliser de manière ciblée différents types de papiers et connaître leurs propriétés (C3) Je classe le papier en fonction du but recherché et du produit en tenant compte de la fabrication, du prix et des propriétés d'impression.				
1.1.4.2.2 Proposer une gamme de produits, des offres combinées ou des prestations supplémentaires (Obligatoire) C3 J'explique comment, quand, où et pourquoi des prestations supplémentaires ou des offres étendues sont offerts en plus du produit principal.		1.1.4.2.2 Proposer une gamme de produits, des offres combinées ou des prestations supplémentaires C3 J'explique comment, quand, où et pourquoi des prestations supplémentaires ou des offres étendues sont offerts en plus du produit principal.				
1.1.4.2.3 Utiliser de manière appropriée les sortes de matériaux pour les articles publicitaires (Optionnel) C3 J'attribue le matériaux juste à article publicitaire respectif et tiens compte de sa fabrication, de son prix et des possibilités d'impression sur l'objet.						
1.1.4.2.4 Classer le mix marketing online (Oblatoire) C3 J'adapte le mix marketing classique sur la base d'un exemple pratique en mesures du marketing online.		1.1.4.2.4 Classer le mix marketing online C3 J'adapte le mix marketing classique sur la base d'un exemple pratique en mesures du marketing online.				
1.1.4.2.5 Appliquer l'acquisition et la fidélité de clients en ligne (Oblatoire) C3 J'emploie différentes mesures numériques telles que le marketing des moteurs de recherche, les médias sociaux, le marketing par e-mail ou le marketing d'affiliation pour l'acquisition ou la fidélisation de clients. Avec cela, je peux expliquer la signification des termes actuels, utilisés quotidiennement dans le marketing en ligne.	Anglais: SEM, SEA, SEO	1.1.4.2.5 Appliquer l'acquisition et la fidélité de clients en ligne C3 J'emploie différentes mesures numériques telles que le marketing des moteurs de recherche, les médias sociaux, le marketing par e-mail ou le marketing d'affiliation pour l'acquisition ou la fidélisation de clients. Avec cela, je peux expliquer la signification des termes actuels, utilisés quotidiennement dans le marketing en ligne.				



<p>1.1.4.3 Appliquer les 4P du marketing : prix – utiliser les instruments de marketing en matière de prix et de rabais C3 (OBLIGATOIRE) Afin d'acquérir ou de fidéliser des clients, j'utilise les instruments de marketing appropriés (politique de prix) en matière de :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- fixation des prix</li> <li>- rabais</li> <li>- conditions</li> </ul>	<p>Une politique de prix, de rabais et des conditions de vente sont définis pour chaque produit/service de mon entreprise d'apprentissage.</p>	<p>1.1.4.3 Appliquer les 4P du marketing : prix – utiliser les instruments de marketing en matière de prix et de rabais (C3) Afin d'acquérir ou de fidéliser des clients, j'utilise les instruments de marketing appropriés (politique de prix) en matière de :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- fixation des prix</li> <li>- rabais</li> <li>- conditions</li> </ul>	<p>1.5.2.7 Marketing-Mix (4 Ps)</p>		<p>1.5.2.7 Marketing-Mix (4 Ps)</p>	
<p>1.1.4.3.1 Définir une politique de prix en fonction de la segmentation des clients C3 (OBLIGATOIRE) Pour acquérir de nouveaux clients, j'établis des offres de "bienvenue" ou des offres comprenant différentes possibilités.</p>						
<p>1.1.4.4 Appliquer les 4 P du marketing : communication – utiliser les instruments de marketing en matière de communication C5 (OBLIGATOIRE) Afin d'acquérir ou de fidéliser des clients, j'utilise les instruments de marketing appropriés en matière de communication et j'en explique les effets :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- publicité classique</li> <li>- promotion des ventes</li> <li>- RP/relations publiques</li> <li>- sponsoring/partenariats</li> <li>- Internet</li> <li>- marketing direct</li> <li>- événementiel</li> <li>- participation à des foires ou salons</li> </ul> <p>Pour une commande, j'établis une combinaison judicieuse entre les instruments de communication et je la justifie. Ce faisant, je tiens compte du plurilinguisme en Suisse.</p>	<p>J'examine quels instruments de communication mon entreprise formatrice emploie pour ses propres produits/services et quels instruments de communication elle propose à ses clients (maison d'édition : aperçu des nouveautés).</p>	<p>1.1.4.4 Appliquer les 4 P du marketing : communication – utiliser les instruments de marketing en matière de communication (C5) Afin d'acquérir ou de fidéliser des clients, j'utilise les instruments de marketing appropriés en matière de communication et j'en explique les effets :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- publicité classique</li> <li>- promotion des ventes</li> <li>- RP/relations publiques</li> <li>- sponsoring/partenariats</li> <li>- Internet</li> <li>- marketing direct</li> <li>- événementiel</li> <li>- participation à des foires ou salons</li> </ul> <p>J'établis une combinaison judicieuse entre les instruments de communication pour une commande et je la justifie. Ce faisant, je tiens compte du plurilinguisme en Suisse.</p>	<p>1.5.2.7 Marketing-mix (4P)</p>	<p>1</p>	<p>1.5.2.7 Marketing-mix (4P)</p>	<p>1</p>
<p>1.1.4.4.1 Choix des instruments de communication et argumentation C5 (OBLIGATOIRE) Pour une demande spécifique, je propose une combinaison réfléchie d'instruments de communication. J'argumente mon choix tout en attirant l'attention sur les effets particuliers et les lieux de mise en oeuvre des instruments de communication respectifs.</p>						



<p>1.1.4.4.2 Citer des objectifs publicitaires et en expliquer les effets C2 (OBLIGATOIRE) Je cite les quatre objectifs publicitaires qui peuvent faire l'objet d'une communication marketing et j'explique comment l'effet publicitaire est mesuré.</p>		<p>1.1.4.4.2 Citer des objectifs publicitaires et en mesurer les effets (C2) Je cite les quatre objectifs publicitaires qui peuvent faire l'objet d'une communication marketing et j'explique comment l'effet publicitaire est mesuré.</p>			
<p>1.1.4.4.3 Décrire l'effet publicitaire C2 (OBLIGATOIRE) A l'aide d'un exemple pratique, je décris l'effet publicitaire en me référant au modèle AIDA ou DAGMAR.</p>		<p>1.1.4.4.3 Décrire l'effet publicitaire (C2) A l'aide d'un exemple pratique, je décris l'effet publicitaire en me référant au modèle AIDA ou DAGMAR.</p>			
<p>1.1.4.4.4. Expliquer les techniques sociales en publicité C2 (OBLIGATOIRE) A l'aide d'un exemple pratique, je décris l'utilisation et l'impact des techniques sociales en publicité.</p>		<p>1.1.4.4.4 Expliquer les techniques sociales en publicité (C2) A l'aide d'un exemple pratique, je décris l'utilisation et l'impact des techniques sociales en publicité.</p>			
<p>1.1.4.4.5 Expliquer la fonction et l'utilisation des supports publicitaires C2 (OBLIGATOIRE) J'explique la fonction et l'utilisation des supports publicitaires.</p>	<p>Supports publicitaires: journal, magazine, chaîne TV, site Internet, salle de cinéma, panneau d'affichage, foire, téléphone mobile. Prêter attention aux nouveaux développements.</p>				
<p>1.1.4.4.6 Appliquer les critères et caractéristiques des supports publicitaires C3 (Optionnel) Pour un exemple pratique, j'applique les critères de couverture, de la capacité à communiquer et des particularités techniques et économiques des supports publicitaires.</p>	<p>Couverture géographique et sociodémographique, capacité à communiquer en fonction de l'aspect psychologique, qualitatif et quantitatif, disponibilité, marge de manoeuvre en terme de réalisation, coûts de production et rapport qualité-prix.</p>				
<p>1.1.4.4.7 Spécifier la structure et les caractéristiques des moyens publicitaires C4 (OBLIGATOIRE) A l'aide d'exemples, je démontre la capacité à communiquer des moyens publicitaires et je les classe dans les supports publicitaires adaptés.</p>	<p>Les articles publicitaires ne requièrent pas nécessairement des supports publicitaires (Exception: articles publicitaires combinés avec des foires ou des expositions).</p>				



1.1.4.4.8 Décrire le média-mix et le cross-média C2 (OBLIGATOIRE) A l'aide d'un exemple pratique, je décris l'utilisation combinée et en réseau de supports et de moyens publicitaires.		1.1.4.4.8 Décrire le média-mix et le cross-média (C2) A l'aide d'un exemple pratique, je décris l'utilisation combinée et en réseau de supports et de moyens publicitaires.				
1.1.4.4.9 Considérer les conséquences du plurilinguisme sur la communication commerciale C2 (OBLIGATOIRE) J'explique les critères de contenu, de forme et d'aspect financier en rapport avec une publicité dans plusieurs régions linguistiques.						
1.1.4.5 Appliquer les 4 P du marketing : distribution – utiliser les instruments de marketing lors de la vente et de la distribution C3 (OBLIGATOIRE) Afin d'acquérir ou de fidéliser des clients, j'utilise les instruments de marketing requis en matière de vente et de distribution : - vente directe - partenaire commercial/secteurs commerciaux - distribution directe - distribution par le biais d'un partenaire	Pour chaque produit ou service de l'entreprise formatrice sont définis des partenaires commerciaux, des canaux de distribution ou de vente.	1.1.4.5 Appliquer les 4 P du marketing : distribution – utiliser les instruments de marketing lors de la vente et de la distribution (C3) Afin d'acquérir ou de fidéliser des clients, j'utilise les instruments de marketing appropriés pour la vente et la distribution : - vente directe - partenaire commercial/secteurs commerciaux - distribution directe - distribution par le biais d'un partenaire	1.5.2.7 Marketing-mix (4P)	1	1.5.2.7 Marketing-mix (4P)	1
1.1.4.5.1 Canaux de vente et de distribution C1 (OBLIGATOIRE) Je nomme les canaux de vente et de distribution des services/produits de mon entreprise formatrice. Je connais dans les grandes lignes les différents accords avec les partenaires principaux.						
1.1.4.5.2 Décrire les activités liées à la distribution C2 (Optionnel) Je décris de manière détaillée les activités principales liées à la distribution, en prenant comme exemple celles de mon entreprise formatrice.	Edition de livres: enregistrement de titres, ISBN, représentants, etc.					
1.1.4.5.3 Vente de médias au numéro et par abonnement C2 (Optionnel) Je décris les caractéristiques de la vente au numéro et par abonnement. Je cite trois avantages et trois inconvénients de la vente au numéro et par abonnement du point de vue d'un éditeur de médias.						



<p>1.1.4.6 Evaluer des mesures de marketing C4 (OBLIGATOIRE) Sur la base d'instructions, je relève des statistiques permettant d'évaluer l'impact des différents programmes d'acquisition et de fidélisation de la clientèle en ce qui concerne :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- le nombre de nouveau clients acquis</li> <li>- l'augmentation du chiffre d'affaires des clients existants</li> <li>- le groupe cible</li> </ul> <p>Je présente cette évaluation de manière convaincante à l'aide de la terminologie spécifique à l'étude de marché, telle que pénétration, fréquence, affinité, etc.</p>		<p>1.1.4.6 Evaluer des mesures de marketing (C4) Sur la base d'instructions, je relève des statistiques permettant d'évaluer l'impact des différents programmes d'acquisition et de fidélisation de la clientèle en ce qui concerne :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- le nombre de nouveaux clients acquis</li> <li>- l'augmentation du chiffre d'affaires des clients existants</li> <li>- le groupe cible</li> </ul> <p>Je présente cette évaluation de manière convaincante à l'aide de la terminologie spécifique à l'étude de marché, telle que pénétration, fréquence, affinité, etc.</p>	<p>1.4.5.2 Opérations de base (Excel) 2 3 1.4.5.3 Calculs (Excel) 3 1.4.5.4 Gestion des données (Excel)</p>	<p>1.4.5.2 Opérations de base (Excel) 2 1.4.5.3 Calculs (Excel) 3 1.4.5.4 Gestion des données (Excel) 3</p>
<p>1.1.4.6.1 Utilisation des données provenant d'études de marché C3 (OBLIGATOIRE) A l'aide de la terminologie spécifique aux études de marché telle que la couverture, la fréquence, l'affinité etc., je présente les résultats de manière convaincante. J'explique de quelle manière les données sont récoltées et je sais distinguer les différentes méthodes.</p>	<p>Par exemple : Questionnaires Etude de marché, analyse de marché Analyses médias Enquêtes sur les parts de marché Analyses qualitatives Analyses quantitatives</p>			
<p>1.1.4.6.2 Interpréter des données statistiques C3 (Optionnel) Je distingue les statistiques liées à un titre de celles du chiffre d'affaires. Je suis capable de faire des liens entre les résultats.</p>				
<p>1.1.4.7 Calculer les prix des produits et des services C3 (Optionnel) Je calcule les coûts de fabrication et le prix de revient de produits choisis en suivant des indications détaillées. Ce faisant, je calcule le prix de vente en tenant compte des marges et j'explique les différences de résultats.</p>	<p>Edition de livres: détailler la composition du prix de vente en magasin</p>		<p>1.5.1.2 Comptabilité de l'entreprise commerciale 2</p>	<p>1.5.1.2 Comptabilité de l'entreprise commerciale 4</p>
<p>1.1.4.7.1 Procéder au pré- et post-calcul (calculation) C2 (Optionnel) Je nomme les différentes étapes du pré- et du post-calcul et j'indique leur signification.</p>				





1.1.5 Objectif particulier – Exécuter des tâches relatives à l'administration du personnel L'employé de commerce perçoit l'importance et l'utilité d'une administration du personnel efficace. Il exécute discrètement et correctement les tâches qui lui sont confiées en suivant des instructions. Ce faisant, il utilise de manière ciblée les documents et les instruments appropriés à cet effet.						
Compétences méthodologiques 2.1 Travail efficace et systématique Compétences sociales et personnelles 3.4 Civilité						
Objectifs évaluateurs partie entreprise (blanc) avec compétences partielles (bleu)	Trucs et astuces	Objectifs évaluateurs CIE	Objectifs évaluateurs école prof. Profil E	semestre	Objectifs évaluateurs école prof. Profil B	semestre
1.1.5.1 Exécuter des tâches relatives au recrutement de personnel C3 (Optionnel) J'exécute une partie des tâches ci-après relatives au recrutement de collaborateurs conformément aux directives de l'entreprise et aux dispositions légales : - transmettre les offres d'emploi pour publication - confirmer la réception des candidatures - préparer les entretiens - rédiger les réponses positives et négatives - établir les contrats de travail			1.5.2.5 Personnel 1.5.3.6 Contrat d'exécution d'un service 1.5.4.8 Chômage 1.4.3.4 Dossier de candidature	3 3 3 4	1.5.2.5 Personnel 1.5.3.6 Contrat d'exécution d'un service 1.5.4.8 Chômage 1.4.3.4 Dossier de candidature	3 3 3 4
1.1.5.2 Introduire les nouveaux collaborateurs C3 (Optionnel) J'introduis les nouveaux collaborateurs dans l'entreprise et assure ce faisant les tâches suivantes : - préparer le premier jour de travail - remettre et expliquer les documents relatifs aux rapports de travail et aux assurances sociales - saisir les données personnelles - expliquer l'infrastructure de l'entreprise						
1.1.5.3 Traiter les données de l'administration du personnel C3 (Optionnel) Je tiens à jour avec exactitude les données personnelles des employés ainsi que les données relatives à leurs heures de travail et à leurs absences. Je m'occupe de la gestion des prestations sociales et des prestations salariales accessoires.			1.5.1.7 Décompte de salaire 1.5.2.8 Risques, prévoyance et assurances 1.5.3.11 Droit de la famille 1.5.3.12 Successions 1.5.4.10 Equilibre social / AVS	3 3 3 3 3	1.5.1.7 Décompte de salaire 1.5.2.8 Risques, prévoyance et assurances 1.5.3.11 Droit de la famille 1.5.3.12 Successions 1.5.4.10 Equilibre social / AVS	3 3 4 4 5
1.1.5.4 Exécuter des tâches relatives au départ du personnel (C3) Optionnel J'exécute, lors du départ de personnel, les tâches suivantes selon les directives de l'entreprise : - planifier et mener les tâches relatives au départ de personnel - rédiger des certificats de travail selon les instructions du supérieur - clore et archiver le dossier personnel						



1.1.6 Objectif particulier – Exécuter des processus financiers L'employé de commerce perçoit l'importance du traitement correct des informations financières. Il exécute consciencieusement des tâches dans le domaine financier en suivant des instructions.						
Compétences méthodologiques 2.1 Travail efficace et systématique Compétences sociales et personnelles 3.1 Disposition à la performance						
Objectifs évaluateurs partie entreprise (blanc) avec compétences partielles (bleu)	Trucs et astuces	Objectifs évaluateurs CIE	Objectifs évaluateurs école prof. Profil E	semestre	Objectifs évaluateurs école prof. Profil B	semestre
1.1.6.1 Traiter les factures entrantes et sortantes C4 (Optionnel) J'établis et je traite la comptabilité débiteurs. Je traite les paiements entrants et j'envoie les rappels de paiement. Je traite également les factures de créanciers. Pour ce faire, j'applique les directives de l'entreprise et j'utilise les outils électroniques adéquats.			1.5.1.4 Monnaies étrangères 1.5.1.5 Taxe sur la valeur ajoutée 1.5.1.6 Pertes sur créances 1.5.3.8 Exécution forcée (Gestion de l'argent et problématique de l'endettement)	2 2 3 2	1.5.1.4 Monnaies étrangères 1.5.1.5 Taxe sur la valeur ajoutée 1.5.3.8 Gestion de l'argent et problématique de l'endettement	4 4 4
1.1.6.1.1 Comptabiliser et éliminer les erreurs (optionnel) C4 Je comptabilise les factures selon le plan comptable et les centres de charges. Je vérifie les erreurs de facturation et comptables et, dans le cadre de mes compétences, je les corrige.						
1.1.6.2 Gérer la caisse C4 (Optionnel) Je gère la caisse consciencieusement avec exactitude. Ce faisant, j'effectue les tâches suivantes : - ouvrir la caisse - gérer la caisse - contrôler la caisse et connaître la procédure en cas de différences - fermer la caisse - gérer le journal de caisse						



<p>1.1.6.3 Participer à la clôture des comptes C3 (Optionnel) Lors de la clôture des comptes, d'analyses ou d'évaluations, je prépare les coefficients économiques clés en suivant des instructions.</p>			<p>1.5.1.1 Structure du bilan et du compte de résultat, introduction à la comptabilité double 1 1.5.1.2 Comptabilité de l'entreprise commerciale 1 1.5.1.3 Rendement du capital et de la fortune 2 1.5.1.8 Amortissements 3 1.5.1.9 Provisions 3 1.5.1.10 Impôt anticipé 1 1.5.1.11 Principes d'évaluation 4 1.5.1.12 Clôture pour les entreprises individuelles 4 1.5.1.13 Clôture pour les sociétés anonymes 4 1.5.1.14 Analyse du bilan et du compte de résultat 6 1.5.1.15 Seuil de rentabilité (point mort) / marge contributive 5 1.5.2.9 Financement et placements 4 1.5.3.9 Droit des sociétés 4</p>	<p>1.5.1.1 Structure du bilan et du compte de résultat, introduction à la comptabilité double 1, 2 1.5.1.2 Comptabilité de l'entreprise commerciale 4 1.5.1.3 Calcul commercial 1 1.5.1.8 Amortissements 3 1.5.1.14 Notions du bilan et du compte de résultat 5 1.5.2.9 Financement et placements 4</p>	
--	--	--	--	---	--



1.1.7 Objectif particulier – Exécuter des tâches administratives et organisationnelles						
L'employé de commerce est conscient du fait que les tâches administratives et organisationnelles doivent être exécutées avec efficacité et précision. Il effectue ces activités avec le soin et la diligence qui s'imposent. Il s'en tient aux prescriptions et utilise correctement les outils appropriés.						
Compétences méthodologiques 2.1 Travail efficace et systématique						
Compétences sociales et personnelles 3.2 Capacité à communiquer 3.3 Aptitude au travail en équipe 3.6 Conscience écologique						
Objectifs évaluateurs partie entreprise (blanc) avec compétences partielles (bleu)	Trucs et astuces	Objectifs évaluateurs CIE	Objectifs évaluateurs école prof. Profil E	semestre	Objectifs évaluateurs école prof. Profil B	semestre
1.1.7.1 Effectuer la correspondance C5 (OBLIGATOIRE) Je rédige correctement et de manière autonome les documents énumérés ci-dessous en suivant les directives de l'entreprise et les dispositions légales, puis je les fais parvenir aux destinataires prévus : - courriels - lettres, fax - rapports et documentations - procès-verbaux et notes			1.4.1.1 Moyens de communication 1.4.1.8 Messageries électroniques 1.4.3.1 Présentation des documents conforme aux règles 1.4.3.2 Rédaction de documents professionnels 1.4.4.1 Création de diapositives 1.4.4.2 Création et conception d'une présentation 1.4.5.1 Création de tableaux 1.4.6.1 Mise en forme 1.4.6.2 Elaboration de documents 1.4.6.3 Travaux de projets 1.4.6.4 Mise en pratique interdisciplinaire 1.2.1.1 Catégories grammaticales 1.2.1.2 Orthographe 1.2.1.3 Syntaxe 1.2.1.4 Ponctuation 1.2.1.5 Utilisation de l'outil d'aide adéquat (vérificateur orthographique) 1.2.1.6 Expression orale 1.2.1.7 Stylistique (textes adaptés au destinataire) 1.2.2.1 Compréhension de contenus de texte 1.2.2.2 Résumé de texte 1.2.2.3 Compte rendu de déclarations orales 1.2.2.4 Compréhension de contenus d'image	2 1 2 3 3 3 2 1 4 3 4 1-4 1-2 1-4 1-4 1 3-4 3-4 1-2 3-4 3-4 3-4 2-3 2-3 4-6 4-6	1.4.1.1 Moyens de communication 1.4.10.2 Messageries électroniques 1.4.3.1 Présentation des documents conforme aux règles 1.4.3.2 Rédaction de documents professionnels 1.4.4.1 Création de diapositives 1.4.4.2 Création et conception d'une présentation 1.4.5.1 Création de tableaux 1.4.6.1 Mise en forme 1.4.6.2 Elaboration de documents 1.4.6.4 Mise en pratique interdisciplinaire 1.4.8.1 Programme de traitement de l'image 1.4.8.2 Création d'images 1.4.9.1 Création de formulaires 1.4.9.2 Imprimer un publipostage 1.4.9.3 Chercher et remplacer 1.4.9.5 Fonctionnement en équipe 1.2.1.1 Catégories grammaticales 1.2.1.2 Orthographe 1.2.1.3 Syntaxe 1.2.1.4 Ponctuation 1.2.1.5 Utilisation de l'outil d'aide adéquat (vérificateur orthographique) 1.2.1.6 Expression orale 1.2.1.7 Stylistique (textes adaptés au destinataire)	2 1-3 2 3 3 3 2 1 4 3 4 4 4 4 4 4 1-4 1-2 1-4 4 4 4 1-4 1-2 1-4 1-4 1-2 1-4 1-4 1-2 2-4 3-4



			1.2.3.1 Classement de textes 1.2.3.2 Textes factuels 1.2.3.3 Textes de fiction 1.2.3.4 Langue et style de textes 1.2.4.1 Types de textes adaptés  1.2.4.2 Structure des textes 1.2.4.3 Rédaction de textes 1.2.5.3 Propriété intellectuelle d'autrui 1.2.5.4 Rédaction de travaux 1.2.5.5 Présentation	1-6   1-6 1-2  4-6 4-6 1-4	1.2.2.1 Compréhension de contenus de texte 1.2.2.2 Résumé de texte 1.2.2.3 Compte rendu de déclarations orales 1.2.2.4 Compréhension de contenus d'image 1.2.3.1 Classement de textes 1.2.3.2 Textes factuels 1.2.3.3 Textes de fiction 1.2.3.4 Langue et style de textes 1.2.4.1 Types de textes adaptés 1.2.4.2 Structure des textes 1.2.4.3 Rédaction de textes 1.2.5.3 Propriété intellectuelle d'autrui 1.2.5.4 Rédaction de travaux 1.2.5.5 Présentation	   3-4  2-3 2-3 4-6 4-6 1-6 1-6 1-2 4-6 4-6 1-4
1.1.7.1.1 Application des règles de correspondance C3 (OBLIGATOIRE) Lors de la rédaction de correspondance, je respecte les règles suivantes: - utilisation du CI/CD de l'entreprise - orthographe irréprochable - respect des délais						



<p>1.1.7.2 Administrer les données et les documents C3 (OBLIGATOIRE) Je gère correctement les données et les documents. J'utilise à cet effet le système de sauvegarde et d'archivage de mon entreprise en respectant ses directives et les dispositions légales.</p>	<p>Périodicité de la sauvegarde régulière des données externes, etc.</p>		<p>1.4.1.4 Systèmes de classement 1 1.4.1.9 Technologies de l'information 2 1.4.2.5 Gestion des données 1 1.4.2.6 Sécurité des données 1 1.4.2.7 Sécurité des données / protection des données 3-4 1.2.5.1 Recherche d'information</p>	<p>1.4.1.4 Systèmes de classement 1 1.4.10.3 Compte e-mail 4 1.4.10.4 Technologies de l'information 1-3 1.4.10.5 Navigateur Web 4 1.4.10.6 Protection contre les virus 1 1.4.2.5 Gestion des données 1-2 1.4.2.6 Sécurité des données 1 1.4.2.7 Sécurité des données / protection des données / droit d'auteur 4 1.4.7.2 Gestion des fichiers 4 1.4.8.3 Droit d'utilisation 4 1.4.9.4 Liaison de données et de fichiers 3-4 1.2.5.1 Recherche d'information</p>	
<p>1.1.7.2.1 Transmission de données de manière complète et sûre C3 (OBLIGATOIRE) En ce qui concerne le texte, l'image et le graphisme, je recommande le format de données le plus approprié ainsi que deux formes de transmission de données adéquates.</p>					
<p>1.1.7.2.2 Protection des données C2 (OBLIGATOIRE) Avec mes propres mots, j'explique au moyen des trois exemples concrets quelles sont les conséquences négatives pour l'entreprise formatrice et les collaborateurs, si des données confidentielles sont transmises à des tiers sans autorisation.</p>					
<p>1.1.7.2.3 Traiter les données numériques des clients (Obligatoire) C2 Je décris, dans les grandes lignes, les possibilités de collecte et l'utilisation de données numériques des clients.</p>	<p>Tracking, Targeting, Re-Targeting</p>				



<p>1.1.7.3 Organiser des séances et des manifestations C5 (OBLIGATOIRE) J'organise des séances et des manifestations. A cette fin, j'exécute des travaux de manière appropriée et efficace, tels que:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- planifier les séances et les manifestations</li> <li>- lancer les invitations</li> <li>- préparer l'infrastructure et les documents nécessaires</li> <li>- encadrer les participants</li> <li>- mener les évaluations et les travaux de clôture</li> <li>- fournir de la documentation aux participants</li> </ul>					
<p>1.1.7.3.1 Organiser des événements C5 (OBLIGATOIRE) Je planifie l'organisation d'un événement sur la base d'un document réalisé par mes soins (par exemple une check-liste) :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- rédaction des invitations en temps utile et saisie systématique des inscriptions ou désistements</li> <li>- préparation de l'infrastructure et des documents avant l'événement. J'en informe toutes les personnes responsables.</li> </ul>			<p>1.4.1.5 Organisation 1.4.1.7 Logiciels multitâches</p>	<p>2 1</p>	<p>1.4.1.5 Organisation 1.4.10.1 Logiciels multitâches</p> <p>2 1-3</p>
<p>1.1.7.3.2 Accueillir les participants C5 (OBLIGATOIRE) J'accueille les participant de manière avenante :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- j'annonce le programme et je résouds les cas particuliers immédiatement afin que toutes les personnes soient satisfaites</li> <li>- j'établis un instrument de feedback destiné aux participants</li> </ul>					
<p>1.1.7.3.3 Evaluer et clôturer l'événement C3 (OBLIGATOIRE) J'analyse systématiquement les feedbacks reçus et je liste les mesures d'améliorations possibles :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- j'accomplis immédiatement les tâches de clôture (rangements, débriefing avec les personnes responsables, etc.)</li> <li>- je produis la documentation à faire suivre aux participants.</li> </ul>					
<p>1.1.7.4 S'occuper du courrier et des colis C3 (Optionnel) Je m'occupe du courrier entrant et sortant. Pour ce qui est des lettres et des colis, j'effectue consciencieusement les travaux suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- réception</li> <li>- tri</li> <li>- distribution (courrier ouvert, fermé)</li> <li>- emballage</li> <li>- envoi recommandé, affranchissement</li> </ul>					
<p>1.1.7.4.1 Utiliser d'autres formes de livraison C3 (Optionnel) Selon les directives de l'entreprise, je mandate un coursier et j'en connais les tarifs.</p>					



<p>1.1.7.5 Exécuter des tâches de communication interne C3 (Optionnel) J'établis, j'actualise ou je traite la communication interne conformément aux directives de l'entreprise, notamment : - lettres/bulletins d'information - panneau d'affichage - Intranet, journal d'entreprise</p>					
<p>1.1.7.6 Utilisation d'appareils techniques C3 (OBLIGATOIRE) Je maîtrise l'utilisation et l'entretien simple des appareils techniques modernes tels que : - le téléphone (installation) - les appareils multifonctions - les moyens audiovisuels</p>			<p>1.5.3.7 Contrat de bail 3 1.4.1.2 Equipements de bureau 2 1.4.1.3 Ergonomie 2 1.4.2.1 Matériel 2 1.4.2.2 Logiciels 1 1.4.2.3 Ingénierie de systèmes 1 1.4.2.4 Systèmes d'aide 1 1.4.2.8 Internet 2</p>	<p>1.5.3.7 Contrat de bail 3 1.4.1.2 Equipements de bureau 2 1.4.1.3 Ergonomie 1 1.4.2.1 Matériel 2 1.4.2.2 Logiciels 1 1.4.2.3 Ingénierie de systèmes 1 1.4.2.4 Systèmes d'aide 1 1.4.2.8 Internet 2 1.4.2.9 Place de travail PC 3 1.4.7.1 Système d'exploitation / gestion du bureau 4</p>	
<p>1.1.7.6.1 Utilisation d'appareils électroniques C3 (OBLIGATOIRE) Je sais produire, expédier, recevoir, traiter et sauvegarder des documents à l'aide d'appareils de transmission de données électroniques. Je réagis de manière adaptée à la situation aux messages d'erreur d'un appareil et j'identifie les solutions : - pour le téléphone (installation) - pour les appareils multifonctions - pour les moyens audiovisuels</p>	<p>Rechercher des informations : 1. Dans un premier temps, je cherche la solution dans le mode d'emploi de l'appareil ou avec le programme d'aide de l'ordinateur, 2. Je me renseigne auprès d'une personne compétente dans de mon entreprise, 3. J'appelle la hotline afin de recevoir l'aide nécessaire.</p>				





1.1.8 Objectif particulier - Appliquer les connaissances acquises sur sa branche et son entreprise  
L'employé de commerce est conscient du fait qu'il est important de connaître son entreprise, la concurrence et sa branche. Il utilise ses connaissances dans ce domaine pour effectuer de manière compétente et autonome les processus de travail, le conseil à la clientèle et les tâches administratives.

Compétences méthodologiques 2.4 Présentation efficace  
Compétences sociales et personnelles 3.5 Aptitude à l'apprentissage

Objectifs évaluateurs partie entreprise (blanc) avec compétences partielles (bleu)	Trucs et astuces	Objectifs évaluateurs CIE	Objectifs évaluateurs école prof. Profil E	semestre	Objectifs évaluateurs école prof. Profil B	semestre
<p>1.1.8.1 Utiliser ses connaissances des produits et des services C3 (OBLIGATOIRE)</p> <p>A l'aide de documents et de modèles clairs, je présente les caractéristiques, les particularités et les atouts des produits et des services dans mon domaine d'activité. J'applique ces connaissances aussi bien dans le conseil aux clients que dans les autres processus de travail de manière ciblée. Je les répartis notamment comme suit :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- fonctions et désignation</li> <li>- structure et composition</li> <li>- types de production</li> <li>- buts / domaines d'utilisation</li> <li>- caractéristiques et propriétés qualitatives</li> <li>- prix et conditions</li> </ul> <p>J'utilise mes connaissances dans le cadre de campagnes publicitaires, de médias imprimés, de médias électroniques, de planification médias, de produits imprimés et de services de prépresse et de postpresse.</p>		<p>1.1.8.1 Utiliser ses connaissances des produits et des services (C3)</p> <p>A l'aide d'exemples pertinents, j'explique les caractéristiques, les particularités, les forces et les faiblesses des produits et des services dans mon domaine d'activité. J'applique ces connaissances dans les exemples de cas et les processus de manière ciblée. Je les répartis notamment comme suit :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- fonctions et désignation</li> <li>- structure et composition</li> <li>- types de production</li> <li>- buts / domaines d'utilisation</li> <li>- caractéristiques et propriétés qualitatives</li> <li>- prix et conditions</li> </ul>	<p>1.5.2.10 Application de compétences méthodologiques d'économie d'entreprise</p>	6	<p>1.5.2.10 Application de compétences méthodologiques d'économie d'entreprise</p>	6
<p>1.1.8.1.1 Utiliser la terminologie de la branche C2 (OBLIGATOIRE)</p> <p>J'utilise correctement la terminologie de la branche et je peux expliciter les termes à un profane.</p>						



<p>1.1.8.1.2 Décrire les produits et services du point de vue de la branche communication C2 (OBLIGATOIRE) J'indique d'un point de vue commercial de quelle manière un produit ou un service du domaine de la presse et des médias électroniques peut rapporter de l'argent à l'entreprise. Je tiens compte :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- des fonctions</li> <li>- de la structure et de la composition</li> <li>- des méthodes de production</li> <li>- des objectifs d'utilisation/zones de diffusion</li> <li>- des caractéristiques et signes de qualité</li> <li>- des prix et conditions générales de vente</li> </ul> <p>Je distingue les aspects de la communication rédactionnelle de la communication commerciale.</p>					
<p>1.1.8.1.3 Connaître les droits et devoirs liés aux produits et services C3 (OBLIGATOIRE) Je décris les caractéristiques du droit d'auteur et je peux citer les principales lois liées au domaine d'activité de mon entreprise formatrice.</p>	<p>Droits d'auteur, droit en matière de publicité, droits et devoirs des médias, etc. Application des directives B.S.C.I.</p>				
<p>1.1.8.1.4 Avoir recours aux bases de la conception et aux différentes formes d'utilisation C3 (OBLIGATOIRE) Lorsque je travaille avec du texte et des images, je cite les normes DIN et je suis capable de classer les polices de caractères selon l'utilisation. Lors de l'utilisation d'images, je connais les caractéristiques nécessaires pour l'impression, je sais scanner des images et les optimiser pour le web.</p>					
<p>1.1.8.1.5 Expliquer le layout et montage en forme C2 (Optionnel) A l'aide d'un exemple, j'explique ce que signifient les termes layout et montage des pages. J'explique de quoi dépend le schéma d'imposition.</p>					
<p>1.1.8.1.6 Utilisation des signes de correction C1 (Optionnel) Je sais placer correctement les signes de correction les plus importants et j'explique dans quel but ils sont utilisés.</p>					
<p>1.1.8.1.7 Nommer les produits finis relatifs aux différents procédés d'impression C3 (OBLIGATOIRE) Je classe les produits finis selon le procédé d'impression correspondant et j'argumente le choix du procédé d'impression en fonction du produit.</p>					



1.1.8.1.8 Recourir au façonnage C3 (OBLIGATOIRE) Pour un exemple concret, je conseille quelle méthode de façonnage est utilisée et je décris le déroulement y relatif.	Rainage, pliage, découpe, perforation, reliure, collage.					
1.1.8.1.9 Utiliser les connaissances spécifiques aux campagnes de publicité C5 (Optionnel) J'indique la structure d'une campagne de publicité en incluant l'image de marque et la stratégie. Je décris les domaines d'action et les méthodes de production. Je suis à même d'énumérer, dans les grandes lignes, les prix et les conditions générales de vente de mon entreprise formatrice. Si j'ai besoin d'informations complémentaires, je sais où les trouver.						
1.1.8.1.10 Etablir un concept publicitaire sur la base des 7 questions C5 (Optionnel) En m'aidant d'un exemple concret, je peux établir un concept publicitaire simple à l'aide de la méthode des 7 questions.						
1.1.8.1.11 Utiliser les connaissances spécifiques au médiaplanning C3 (Optionnel) J'indique la structure, les domaines d'action et les méthodes de production du médiaplanning, des intermédiaires et de la commercialisation. Je suis à même d'énumérer, dans les grandes lignes, les prix et les conditions générales de vente de mon entreprise formatrice. Si j'ai besoin d'informations complémentaires, je sais où les trouver.						
1.1.8.1.12 Utiliser les comparaisons inter- et intramédia C3 (Optionnel) J'énumère à l'aide d'un exemple les possibilités et effets d'une comparaison inter- et intramédia.						
1.1.8.1.13 Utiliser les connaissances spécifiques aux méthodes de production et de traitement C3 (Optionnel) J'indique la structure, les domaines d'utilisation et les méthodes de production pour des produits imprimés (livres, supports presse, travaux d'huile (imprimés administratifs), etc.) et les services du prépresse et du postpresse. Je suis à même d'énumérer, dans les grandes lignes, les prix et les conditions générales de vente de mon entreprise formatrice. Si j'ai besoin d'informations complémentaires, je sais où les trouver.						



1.1.8.1.14 Décrire la fabrication et le traitement du papier (Optionnel) C3 J'énumère les étapes de la fabrication de papier et je décris les différences d'utilisation lors de la fabrication et du traitement. Pour ce faire, je prends en compte les classes de matières.	Connaître les différentes sortes de papier, du papier de soie au carton ondulé avec les caractéristiques d'opacité, densité, grammage, etc.					
1.1.8.1.15 Décrire l'ennoblissement du papier C1 (Optionnel) Je nomme les moyens les plus courant d'ennoblissement du papier et je décris leurs avantages.						
1.1.8.1.16 Nommer d'autres supports à imprimer C1 (Optionnel) Je nomme d'autres supports imprimables qui sont utilisés à des fins publicitaires et je nomme le procédé d'impression correspondant.						
1.1.8.1.17 Classer les encres et connaître les principes du traitement d'image C2 (Optionnel) Je classe les encres dans un procédé d'impression et je nomme les avantages des encres respectives. J'explique les notions de pixel et de trame et je décris leur importance lors du traitement de l'image.						
1.1.8.1.18 Classer les formes d'impression C1 (Optionnel) Je classe les formes d'impression en fonction des procédés d'impression et j'explique le terme "computer-to-plate" (CTP).						
1.1.8.1.19 Décrire les procédés d'ennoblissement d'imprimés C2 (Optionnel) Je nomme les procédés d'ennoblissement d'imprimés et j'en décris les effets et possibilités d'utilisation.	Laminage, vernis, gaufrage, gravure, tricotage					
1.1.8.1.20 Définir la typologie de la presse C2 (Optionnel) Je distingue à l'aide d'un critère distinctif "la presse quotidienne" de la "presse régionale, hebdomadaire et dominicale", de la presse "grand public", de la presse "financière et économique" ou encore de la presse "professionnelle".						
1.1.8.1.21 Décrire les sources d'information des rédactions C2 (OPTIONNEL) Je décris de manière compréhensible la relation d'une rédaction avec les fournisseurs de textes et d'images. Je cite 3 fournisseurs de textes et/ou d'images et je justifie leur nécessité.						
1.1.8.1.22 Contenu sur les réseaux sociaux (Obligatoire) C2 Je nomme les différents réseaux sociaux. Je décris la façon dont le contenu est créé. En plus de l'usage privé, je peux expliquer l'utilisation des médias sociaux à des fins commerciales en utilisant des exemples pratiques.	Forums, blogs, tribunes photo, video, music, wiki, portail des consommateurs	1.1.8.1.22 Contenu sur les réseaux sociaux (Obligatoire) C2 Je nomme les différents réseaux sociaux. Je décris la façon dont le contenu est créé. En plus de l'usage privé, je peux expliquer l'utilisation des médias sociaux à des fins commerciales en utilisant des exemples pratiques.				



<p>1.1.8.1.23 Exposer l'information de manière adaptée aux médias C2 (Optionnel) Les journalistes présentent l'information de manière adaptée en fonction du média. Avec mes propres mots, je décris 3 formes de présentation d'un fait et d'une opinion et je donne un exemple tiré de mon quotidien.</p>				
<p>1.1.8.1.24 Expliquer les règles déontologiques des journalistes C2 (Optionnel) Parmi les 11 règles déontologiques des journalistes, j'en cite 5 qui me semble importantes. Je les explique avec mes propres mots à un profane.</p>				
<p>1.1.8.1.25 Expliquer le calcul des tarifs publicitaires de la publicité online (optionnel) C2 J'explique le calcul des tarifs publicitaires online avec le CPM, CPC, etc</p>				
<p>1.1.8.1.26 Décrire les différents moyens publicitaires et emplacements C3 (Optionnel) Je classe les différents moyens publicitaire et je les différencie par un signe distinctif en terme de coût. Je décris la signification de l'emplacement et les effets sur les prix de la publicité dans les médias écrits et électroniques. A l'aide d'une documentation tarifaire, je peux calculer le prix d'une annonce ou d'un spot en tenant compte des rabais et commissions.</p>				
<p>1.1.8.1.27 Décrire les formes de collaboration dans le marché publicitaire C2 (Optionnel) Je décris le principe d'intermédiaire respectivement de commercialisation des services ou produits et je cite les partenaires et leur fonction dans le déroulement global.</p>				
<p>1.1.8.2 Expliquer les produits et les services des concurrents C2 (OBLIGATOIRE) Je montre à l'aide de comparaisons pertinentes les caractéristiques, les particularités et les atouts des produits et des services des principales entreprises concurrentes. Je les répartis comme suit: - fonctions et désignation - structure et composition - types de production - buts - caractéristiques et propriétés qualitatives - prix et conditions</p>		<p>1.1.8.2 Expliquer les produits et les services des concurrents (C2) Je montre à l'aide de comparaisons pertinentes les caractéristiques, les particularités et les atouts des produits et des services des principales entreprises concurrentes. Je les répartis comme suit: - fonctions et désignation - structure et composition - types de production - buts - caractéristiques et propriétés qualitatives - prix et conditions</p>		



<p>1.1.8.3 Utiliser ses connaissances de l'entreprise C2 (OBLIGATOIRE) J'explique à un profane les aspects suivants de mon entreprise formatrice :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- lignes directrices, objectifs de l'entreprise</li> <li>- contexte historique</li> <li>- forme juridique / rapports de propriété / forme d'organisation / forme de financement</li> <li>- standards en matière de gestion de la qualité</li> </ul> <p>Je présente ces aspects de manière adaptée aux interlocuteurs en utilisant des outils appropriés.</p>		<p>1.1.8.3 Utiliser ses connaissances de l'entreprise (C2) J'explique à un profane les aspects suivants de mon entreprise formatrice :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- lignes directrices, objectifs de l'entreprise</li> <li>- contexte historique</li> <li>- forme juridique / rapports de propriété / forme d'organisation / forme de financement</li> <li>- standards en matière de gestion de la qualité</li> </ul> <p>Je présente ces aspects de manière adaptée aux interlocuteurs en utilisant des outils appropriés.</p>	<p>1.5.2.2 Modèle d'entreprise - Groupes d'intérêts 1 1.5.2.3 Valeurs fondamentales / stratégie / concept d'entreprise 1 1.5.2.4 Structure organisationnelle 1 1.5.3.10 Droit fiscal 3 1.5.4.12 Ecologie / énergie 4</p>	<p>1.5.2.2 Modèle d'entreprise - Groupes d'intérêts 1 1.5.2.3 Valeurs fondamentales / stratégie / concept d'entreprise 1 1.5.2.4 Structure organisationnelle 1 1.5.3.10 Droit fiscal 2 1.5.4.12 Ecologie / énergie 5</p>	<p>1 1 1 2 5</p>
<p>1.1.8.4 Avoir recours aux connaissances de la branche C2 (OBLIGATOIRE) Je décris, en utilisant des documents et des outils appropriés, des caractéristiques centrales, des processus et des développements importants de la branche dans laquelle mon entreprise est active.</p> <p>Je les répartis comme suit :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- tailles et structures des entreprises</li> <li>- coefficients opérationnels et financiers</li> <li>- structure de l'emploi</li> <li>- marché d'approvisionnement et débouchés</li> <li>- concurrence</li> <li>- conditions cadres juridiques</li> <li>- partenariat social</li> <li>- organisations de branche (associations, affiliations, institutions)</li> <li>- signification économique / régionale / sociale</li> <li>- développements / tendances</li> </ul>	<p>La convergence est une forme de développement. Connaître les métiers et activités principales de la branche.</p>	<p>1.1.8.4 Avoir recours aux connaissances de la branche (C2) Je décris, en utilisant des documents et des outils appropriés, des caractéristiques et des développements importants de la branche dans laquelle mon entreprise est active.</p> <p>Je les répartis comme suit :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- tailles et structures des entreprises</li> <li>- coefficients opérationnels et financiers</li> <li>- structure de l'emploi</li> <li>- marché d'approvisionnement et débouchés</li> <li>- concurrence</li> <li>- conditions cadres juridiques</li> <li>- partenariat social</li> <li>- organisations de branche (associations, affiliations, institutions)</li> <li>- signification économique / régionale / sociale</li> <li>- développements / tendances</li> </ul>	<p>1.5.2.1 Modèle d'entreprise - contextes environnementaux 1 1.5.2.2 Modèle d'entreprise - Groupes d'intérêts 1 1.5.3.2 Sources du droit et procédure législative 2 1.5.3.10 Droit fiscal 3 1.5.4.2 Circuit économique, prestations économiques 4 1.5.4.4 Croissance et changement structurel 5 1.5.4.5 Cycle conjoncturel 5 1.5.4.6 Objectifs de la politique économique et de la politique sociale 5 1.5.4.7 Globalisation 4 1.5.4.9 Inflation 5 1.5.4.11 Politique fiscale et monétaire 5 1.5.4.13 Partis / associations 4-6 1.2.5.2 Utilisation des médias</p>	<p>1.5.2.1 Modèle d'entreprise - contextes environnementaux 1 1.5.2.2 Modèle d'entreprise - Groupes d'intérêts 1 1.5.3.2 Sources du droit et procédure législative 2 1.5.3.10 Droit fiscal 3 1.5.4.2 Circuit économique, prestations économiques 5 1.5.4.4 Croissance et changement structurel 5 1.5.4.5 Cycle conjoncturel 5 1.5.4.7 Globalisation 6 1.5.4.9 Inflation 5 1.5.4.13 Partis / associations 6 1.4.10.7 Avancées dans le domaine de l'informatique 3 1.2.5.2 Utilisation des médias 4-6</p>	<p>1 1 2 3 5 5 6 5 6 3 4-6</p>
<p>1.1.8.4.1 Différencier les types de maisons d'édition de livres C1 (Optionnel) Je cite différents types de maisons d'édition de livres. Sur la base d'un exemple, je nomme les critères distinctifs.</p>	<p>Petits et grands éditeurs, propriétaires de médias et consortiums.</p>				



## Compétences méthodologiques, sociales et personnelles (MSP)

### 2. Compétences méthodologiques

#### 2.1 Travail efficace et systématique

J'exécute mes tâches de manière efficace et systématique en:

- choisissant des sources d'information en fonction de mes tâches et en me procurant les informations dont j'ai besoin de manière ciblée
- planifiant mon travail et mes projets, en fixant des priorités et en prenant des décisions adaptées à la situation
- exécutant mon travail de manière ciblée et en ayant conscience des coûts
- contrôlant et en documentant le travail que j'ai effectué
- analysant mon travail et mes actions afin d'optimiser mes prestations et mon comportement.

Pour ce faire, j'utilise des méthodes et des outils appropriés.

#### 2.2 Approche et action interdisciplinaires

J'effectue mon travail en tenant compte des autres activités de l'entreprise ou de l'organisation dans laquelle je suis employé en:

- présentant les processus d'économie d'entreprise, les formes d'organisation et les rapports d'économie générale de manière compréhensible
- identifiant les interdépendances et les interactions
- contribuant à améliorer les processus de travail dans mon domaine d'activité.

Pour ce faire, j'utilise des méthodes et des outils appropriés.

#### 2.3 Aptitude à la négociation et au conseil

J'utilise des méthodes efficaces pour mes activités de conseil et de négociation avec des partenaires externes et internes en:

- cernant les besoins et les points de vue de mes interlocuteurs
- identifiant et en comprenant les messages verbaux et non verbaux de mes interlocuteurs
- élaborant des propositions de solution adaptées
- obtenant de bons résultats pour les différentes parties concernées.



## 2.4 Présentation efficace

Je me distingue par la présentation efficace de mes tâches en:

- planifiant et en préparant mes présentations
- animant ma présentation de manière convaincante
- utilisant une rhétorique et un langage du corps appropriés
  - utilisant des outils de présentation adaptés aux destinataires et à la situation.

## 3. Compétences sociales et personnelles

### 3.1 Disposition à la performance

Je suis disposé à une performance élevée en :

- exécutant mon travail de manière motivée et réfléchie
- remplissant les exigences et les demandes de mes mandants et partenaires
- respectant les délais et les exigences en matière de qualité
- résistant au stress, en identifiant les situations difficiles et au besoin, en allant chercher du soutien
- assumant la responsabilité de mon travail et en adoptant un comportement adéquat.

### 3.2 Capacité à communiquer

Je suis capable de communiquer et de faire preuve d'un comportement adapté à la clientèle en:

- appréhendant les déclarations orales et écrites de manière différenciée et en étant ouvert aux idées et aux opinions de mes interlocuteurs
- m'exprimant, tant à l'oral qu'à l'écrit, de manière adaptée à la situation et à mes interlocuteurs et en faisant part de mon opinion et de mes propositions de manière claire et fondée
- maîtrisant les situations délicates en clarifiant les malentendus et les points de vue et en cherchant des solutions
- restant discret de manière à préserver les intérêts de mes interlocuteurs ainsi que de mon entreprise ou de mon organisation.

### 3.3 Aptitude au travail en équipe

Je suis capable de travailler aussi bien de manière autonome qu'en équipe. Au sein d'une équipe:





- j’apporte ma contribution, j’accepte les décisions prises et je les applique
- je formule des critiques constructives et suis capable de recevoir et d’accepter des critiques
- j’assume la responsabilité des résultats du travail effectué en équipe et je défends la solution adoptée à l’extérieur.

### 3.4 Civilité

J’accorde de l’importance à mon comportement et à la politesse en :

- étant ponctuel, fiable et ordonné et en agissant consciencieusement ;
- adoptant le code vestimentaire de mon entreprise ou de mon organisation et en adaptant ma conduite à la situation ;
- respectant les règles de politesse dans mon comportement et dans mes communications orales et écrites
- traitant chaque personne avec le respect et la courtoisie qui s’imposent.

### 3.5 Aptitude à l’apprentissage

J’ai conscience des constantes mutations sur le marché du travail et dans la société et suis prêt à sans cesse développer de nouvelles compétences en :

- étant ouvert aux nouveautés et en réagissant de manière flexible aux changements
- utilisant des techniques d’apprentissage et de créativité appropriées et en transférant en pratique ce que j’ai appris
- analysant mon processus d’apprentissage et en documentant mes progrès sous la forme appropriée
- étant conscient que l’apprentissage tout au long de la vie me permet d’augmenter mon employabilité et de renforcer ma personnalité.

Pour ce faire, j’utilise des méthodes et des outils appropriés.

### 3.6 Conscience écologique

J’ai un comportement écologique et je respecte les directives et les règles de comportement dans ce domaine, notamment en :

- utilisant l’énergie, les biens, le matériel de travail et de consommation de manière économe
- prenant soin des équipements de bureau
- éliminant les déchets selon les règles du respect de l’environnement.

Valable dès le 01.01.2012 pour les personnes en formation dès 2012



## *Description des niveaux taxonomiques*

Les indications relatives aux niveaux taxonomiques permettent de déterminer le niveau d'exigences. On distingue six niveaux de compétence (C1 à C6), qui se définissent comme suit :

### **C1 (Savoir)**

Reproduire des informations et les utiliser dans des situations similaires. Exemple :

*J'énumère les avantages et les inconvénients d'une entreprise individuelle, d'une SARL et d'une SA.*

### **C2 (Comprendre)**

Reproduire et comprendre des informations. Exemple :

*Je présente à nos clients les principales opérations après-vente relevant des différents canaux de distribution et leur décris les avantages et les inconvénients de ces derniers.*

### **C3 (Appliquer)**

Utiliser les informations sur des situations dans différents contextes. Exemple :

*J'assure la préparation et le suivi des cours de formation destinés aux collaborateurs et des séances d'information pour les clients avec efficacité et en poursuivant des objectifs précis. Je me charge de l'ensemble des travaux afférents, à savoir : la publication, l'organisation, l'accompagnement, la mise en œuvre et l'établissement d'un bilan.*



#### **C4 (Analyser)**

Décomposer une situation en différents éléments, relever les rapports entre les éléments et déceler les liens entre eux. Exemple :

*Je gère la caisse consciencieusement et avec exactitude. Je suis chargé de l'ouvrir, de l'administrer, de la contrôler et de la fermer. En outre, je tiens le journal de caisse.*

#### **C5 (Synthétiser)**

Combiner les différents éléments d'une situation et les assembler en un tout ou proposer une solution à un problème. Exemple :

*Je rédige correctement et de manière autonome les documents énumérés ci-dessous en suivant des instructions :*

- courriels
- notes
- lettres
- rapports
- textes internet

*Je les transmets aux clients, aux supérieurs et aux collaborateurs et les classe de manière sûre et efficace.*

#### **C6 (Evaluer)**

Apprécier des informations et des situations et les évaluer selon des critères déterminés. Exemple :

*J'évalue la qualité et la pertinence d'une offre en fonction de critères que j'ai moi-même établis.*



## Planification et contrôle de la formation en entreprise

### Règlementation concernant les objectifs évaluateurs obligatoires et optionnels en entreprise

En matière de formation «Branche et Entreprise», toutes les personnes en formation doivent **traiter et réussir 20 objectifs évaluateurs** de la branche de formation et d'examens Communication&Marketing.

Parmi les 13 objectifs évaluateurs optionnels en entreprise, peuvent être choisis tous ceux pouvant faire l'objet d'une formation en entreprise. **3 objectifs évaluateurs optionnels** au moins doivent être traités et réussis.

Le choix des objectifs évaluateurs optionnels se fait **par le responsable de la formation professionnelle de l'entreprise formatrice**, dans le cadre du programme de formation **individuelle de chaque personne en formation** dans l'entreprise. Dans ce choix, le responsable de la formation professionnelle tient compte des exigences de l'entreprise formatrice et, dans la mesure du possible, des dispositions et des capacités de la personne en formation.

### Planification de la formation

Fondamentalement, le programme de formation (choix des objectifs évaluateurs) de chaque personne en formation est établi au début de sa formation. Il peut toutefois être adapté au début d'un nouveau semestre aux modifications survenues dans l'entreprise ou aux expériences faites dans la mise en œuvre du programme.

Pour chaque semestre, les objectifs évaluateurs obligatoires ou optionnels définis constituent aussi la base des situations de travail et d'apprentissage ainsi que pour le domaine de qualification „Pratique professionnelle orale“. Les objectifs évaluateurs obligatoires en entreprise ainsi que les objectifs évaluateurs des cours interentreprises font l'objet du domaine de qualification „Pratique professionnelle en entreprise écrite“.

Les objectifs évaluateurs peuvent figurer durant plusieurs semestres et plusieurs fois dans le programme de formation. Afin que la formation corresponde à la pratique professionnelle, il est recommandé d'y attribuer plutôt trop que pas assez d'objectifs évaluateurs.



Les objectifs évaluateurs sont subdivisés en compétences partielles. Les compétences partielles concrétisent les objectifs formateurs. Dans les objectifs évaluateurs partiels, on distingue également entre ce qui est obligatoire et optionnel. Les responsables de la formation professionnelle de l'entreprise formatrice choisissent les compétences partielles pouvant faire l'objet d'une formation dans l'entreprise.

Dans les cours interentreprises, les personnes en formation sont attribuées aux cours dans des domaines professionnels en fonction de leur activité professionnelle. Lors des cours interentreprises les connaissances des domaines professionnels sont approfondies.

### Contrôle de la formation

Les situations d'apprentissage et de travail (STA) qui se déroulent chaque semestre remplacent le Rapport de formation. Elles servent à vérifier le niveau de la formation tant, sur le plan de la branche que sur le plan méthodologique ou social.

Au sens d'un journal quotidien ou d'un journal d'apprentissage, les personnes en formation tiennent à jour une documentation contenant des exemples tirés de leur travail. Ceux-ci peuvent être envoyés sous forme électronique sur [www.time2learn.ch](http://www.time2learn.ch) ou déposés, sous la forme de papier, au lieu de travail. Les exemples tirés du travail servent d'informations pour les experts d'examens oraux.

### Réflexion personnelle des personnes en formation

La formation initiale est une sorte de dette quérable qui implique pour les personnes en formation qu'elles sont responsables de leur propre formation et de leur progrès. La personne en formation prend des notes concernant ce qu'elle doit améliorer dans sa formation. Elle répond à la question de savoir où elle a besoin de davantage d'appui, d'instructions ou de connaissances.

Une fois par semestre, les personnes en formation informent leurs responsables de la formation. A cet effet, il est possible d'utiliser le formulaire de la branche. L'information de la personne en formation est discutée, mais ne fait pas l'objet d'une évaluation.

Valable dès le 01.01.2012 pour les personnes en formation débutant leur apprentissage en 2012

Mis en vigueur par la Commission de surveillance et de cours de la branche de la Communication&Marketing

Le 22 novembre 2011



## Informations données par les personnes en formation (réflexion personnelle)

**Personne en formation:** \_\_\_\_\_

**Entreprise formatrice:** \_\_\_\_\_

**Département:** \_\_\_\_\_

**Formateur professionnel, resp. supérieur hiérarchique:** \_\_\_\_\_

**Période couverte par l'information personnelle:** \_\_\_\_\_

La personne en formation se fait des notes sur ses besoins d'amélioration de la formation. Elle répond à la question de savoir où elle a besoin de davantage d'aide, d'instruction ou de savoir. Elle assume ainsi la responsabilité pour sa propre formation et pour son progrès.

<b>Vœux concernant l'approfondissement, la clarification, les compléments:</b>	<b>Justifications et remarques</b>
<b>1. Savoir-faire professionnel / Savoir</b>	



<b>2. Compétences méthodologiques</b>	
2.1 Travail efficace et systématique	
2.2 Approche et action interdisciplinaires	
2.3 Aptitude à la négociation et au conseil	
2.4 Présentation efficace	
<b>3. Compétences sociales et personnelles</b>	
3.1 Disposition à la performance	
3.2 Capacité de communiquer	
3.3 Aptitude au travail en équipe	
3.4 Civilité	
3.5 Aptitude à l'apprentissage	
3.6 Conscience écologique	
<b>Autres propositions d'amélioration de la formation:</b>	<b>Qui / Quoi / Quand</b>
<b>Contribution de la personne en formation pour l'amélioration de la formation</b>	

Cette information donnée par la personne en formation a été discutée le :



## Directives concernant l'élaboration de la situation de travail et d'apprentissage (STA) / Rapport de formation

La STA (Situation de travail et d'apprentissage) évalue les prestations et l'attitude de la personne en formation à sa place de travail; elle constitue une partie de la procédure de qualification en entreprise. L'évaluation se fait par le formateur pratique, resp. le formateur professionnel.

Le formulaire d'évaluation de la situation de travail et d'apprentissage correspond au Rapport de formation selon art. 18 de l'Ordonnance sur la formation professionnelle du 7 novembre 1979 (OFPr).

### Nombre d'évaluations STA, critères d'évaluation

Une fois par semestre, le formateur pratique, resp. le formateur professionnel évalue la prestation et l'attitude de la personne en formation. La période d'évaluation dure au moins 2 mois. Prestation et attitude sont évaluées séparément. Leur moyenne détermine une note d'expérience par STA. Celle-ci est intégrée au processus d'évaluation en entreprise.

L'évaluation se fait au moyen de notes qui se situent entre 6 (excellent) et 1 (inutilisable). Des demi-points sont admissibles.

### Critères de sélection et d'évaluation

Le plan comporte 20 objectifs obligatoires et 13 objectifs optionnels. Parmi ces objectifs, le formateur pratique, resp. le formateur professionnel choisit 2 objectifs évaluateurs par STA. Parmi les 4 compétences méthodologiques fixées, sera choisi par STA un objectif. Parmi les 6 compétences sociales et personnelles fixées, en seront choisies 2.

Les objectifs évaluateurs et les compétences méthodologiques, sociales resp. personnelles sont évalués individuellement avec des notes allant de 1 à 6 (demi point possible). Les précisions concernant l'évaluation des objectifs formateurs facilitent la notation. De la moyenne des positions prestations (50%) et attitude (compétences méthodologiques 25%, compétences sociales et personnelles 25%) résulte la note STA; elle peut être arrondie à un demi-point.

L'information concernant l'évaluation se déroule sous forme d'un entretien ouvert, constructif et se termine par une perspective, idéalement avec une recommandation d'action. Pour les mineurs, l'évaluation doit être cosignée par les représentants légaux.

Valable dès le 01.01.2012 pour les personnes débutant leur apprentissage en 2012

Mis en vigueur par la Commission de surveillance et de cours de la branche de la Communication&Marketing

Le 22 novembre 2011





## Situation de travail et d'apprentissage (STA) / Rapport de formation

Personne en formation: \_\_\_\_\_

Entreprise formatrice: \_\_\_\_\_

Département: \_\_\_\_\_

Formateur resp. supérieur hiérarchique professionnel: \_\_\_\_\_

Début de la période d'évaluation: \_\_\_\_\_

Fin: \_\_\_\_\_

Conclu le: \_\_\_\_\_

Signature formateur: \_\_\_\_\_

Signature personne en formation: \_\_\_\_\_

Notation: 6 excellent, 5 bon, 4 suffisant, 3 faible, 2 très faible, 1 inutilisable. Les demi-points sont possibles.

Compétences / Critères d'évaluation	Justification et remarques (information de base pour le certificat d'apprentissage)	Note	Pondération
Compétences professionnelles (2 objectifs évaluateurs)			
<b>1. Objectif évaluateur:</b>			<b>25 %</b>



<b>Compétences partielles optionnelles à évaluer:</b> a) b) c)			
<b>2. Objectif évaluateur</b>	<b>Justification et remarques (information de base pour le certificat d'apprentissage)</b>	<b>Note</b>	<b>Pondération 25 %</b>
<b>Compétences partielles optionnelles à évaluer:</b> a) b) c)			
<b>Note compétence professionnelle: additionner les 2 notes et diviser par 2 = note pour la compétence professionnelle</b>			<b>Pondération 50 %</b>
<b>Note 1. Objectif évaluateur:</b>	<b>Note 2. Objectif évaluateur:</b>		



Compétences méthodologiques (en choisir une et l'évaluer)	Justification et remarques (information de base pour le certificat d'apprentissage)	Note pour la compétence méthodologique choisie	Pondération 25 %
2.1 Travail efficace et systématique			
2.2 Approche et action interdisciplinaires			
2.3 Aptitude à la négociation et au conseil			
2.4 Présentation efficace			
Note compétence méthodologique			
Compétences sociales et personnelles (en choisir et en évaluer deux)	Justification et remarques (information de base pour le certificat d'apprentissage)	Note pour deux compétences sociales et personnelles	Pondération 25 %
3.1 Disposition à la performance			
3.2 Capacité à communiquer			
3.3 Aptitude au travail en équipe			



3.4 Civilité			
3.5 Aptitude à l'apprentissage			
3.6 Conscience écologique			
<b>Note compétences sociales et personnelles</b>	<b>Additionner les 2 notes, diviser par 2 et reporter la moyenne comme note</b>		
Note totale Situation de travail et d'apprentissage	Constituée de 50 % compétence professionnelle, 25 % compétence méthodologique et 25 % compétences sociales et personnelles; elle peut être arrondie à un demi point		50 % Note professionnelle 25 % Méthodologie 25 % Compétences sociales/personnelles <hr/> <hr/> 100 % Note STA

L'évaluation a été discutée.

Lieu et date:

Signature du formateur ou du supérieur hiérarchique professionnel:

Signature de la personne en formation:

Date:

Signature du/de la représentant/e légal/e:



### Aide pour la notation

Note	Evaluation	Description
6	La prestation est excellente, supérieure sur le plan qualitatif et quantitatif	<ul style="list-style-type: none"><li>• Prestation et attitude méritent une distinction particulière, elles répondent à des exigences élevées.</li><li>• Prestation quantitative et qualitative durablement excellente</li><li>• L'autonomie en matière de réflexion et d'action s'exprime de façon convaincante</li></ul>
5,5	La prestation répond largement aux exigences; correcte et complète	<ul style="list-style-type: none"><li>• Prestation et attitude méritent une distinction, elles répondent à des exigences élevées</li><li>• Equilibrées; progrès notables dans le processus d'apprentissage</li><li>• L'autonomie en matière de réflexion et d'action s'exprime; les interdépendances sont identifiées.</li></ul>
5,0	La prestation répond aux exigences; correcte et complète.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Prestation et attitude répondent aux exigences</li><li>• Equilibrées; progrès clairement identifiables</li><li>• L'autonomie en matière de réflexion et d'action est visible; les interdépendance sont identifiées et prises en considération</li></ul>
4,5	La prestation répond partiellement aux exigences; quelques erreurs et lacunes, toutefois dans des domaines secondaires	<ul style="list-style-type: none"><li>• Prestation et attitude répondent en général aux exigences; elles décèlent cependant des erreurs et des lacunes</li><li>• Des progrès sont possibles</li><li>• L'autonomie en matière de réflexion et d'action est possible avec de l'aide, la plupart du temps, les interdépendances sont identifiées et prises en compte.</li></ul>
4,0	La prestation répond aux exigences minimales; les connaissances de base existent	<ul style="list-style-type: none"><li>• Prestation et attitude répondent dans l'ensemble aux exigences minimales;</li><li>• Des progrès sont possibles</li><li>• Incertitudes dans l'identification et dans l'application des interdépendances</li></ul>
3,5	La prestation ne répond pas aux exigences minimales; lacunes dans des domaines importants, manquent des connaissances de base	<ul style="list-style-type: none"><li>• Prestation et attitude ne répondent dans l'ensemble pas aux exigences minimales, malgré quelques prestations suffisantes</li><li>• Des progrès sont à peine perceptibles</li><li>• Les connaissances de base sont insuffisantes pour pouvoir identifier les interdépendances</li></ul>
3,0	La prestation ne répond pas aux exigences minimales; lacunes dans tous les domaines importants, font défaut les connaissances de base	<ul style="list-style-type: none"><li>• Prestation et attitude se situent en dessous des exigences minimales; lacunes dans tous les domaines importants</li><li>• Des progrès ne sont pas perceptibles ou ne sont pas possibles</li><li>• Les connaissances de base font défaut</li></ul>
2,0	La prestation est fragmentaires, erreurs graves	<ul style="list-style-type: none"><li>• Prestation et attitude se situent largement en dessous des exigences minimales et sont inadmissibles dans des domaines importants.</li></ul>
1,0	Totalement insuffisant	<ul style="list-style-type: none"><li>• Prestation et attitude totalement insuffisantes; l'incitation à corriger les erreurs et les lacunes demeure sans effet et reste donc sans suite</li></ul>



## Guide concernant l'évaluation de compétence CIE

### 1. Bases

- 1.1 Selon le plan de formation partie C, sont évaluées dans le cadre des CIE, les compétences professionnelles selon chiffre 1.1. du plan de formation et, cas échéant, les compétences méthodologiques, sociales et personnelles selon les chiffres 2 et 3 du plan de formation.
- 1.2 En cours de formation professionnelle initiale sont organisés 2 contrôles de compétence pour les cours CIE.
- 1.3 Chaque CIE est pris en compte pour le calcul de la note d'expérience de la partie entreprise.
- 1.4 Les paramètres de conception pour les deux CIE sont fixés dans les instructions relatives au travail.

### 2. Procédure

Les contrôles de compétence portent aussi bien sur les compétences professionnelles, méthodologiques, sociales que personnelles. Elles servent à approfondir les thèmes de la branche. Sont simultanément évaluées les formes d'élaboration et de présentation.

Il est possible de mettre en places les formes d'examens suivantes:

- Présentation à l'aide de moyens électroniques et/ou autres moyens
- Travaux écrits

Les examens peuvent être passés individuellement ou en équipe de deux personnes.

Outre l'acquisition du savoir lors des cours interentreprises ou avec les moyens didactiques, la recherche sur Internet doit également être possible.



### 3. Durée et date

- 3.1 Le premier contrôle de compétence a lieu au plus tôt après 4 jours de cours. Le premier contrôle de compétence CIE a lieu au cours de la 1<sup>ère</sup> année, le second cours au cours de la 2<sup>ème</sup> année d'apprentissage.
- 3.2 Les mandats et instructions concernant les présentations sont données 4 semaines auparavant. La durée d'une présentation est d'au moins 10 mais au maximum 15 minutes.
- 3.3 Dans leur entreprise, les personnes en formation disposent d'au moins 12 heures pour la préparation d'un contrôle de compétence CIE.

### 4. Critères pour l'évaluation

L'évaluation se fait par les responsables des cours CIE, à l'aide de notes partielles, conformément à la grille d'évaluation établie par la branche. L'évaluation fait l'objet d'une justification; elle est aisément compréhensible. Les notes partielles portant sur les compétences professionnelles, méthodologiques, sociales et personnelles apparaissent clairement sur chaque devoir. Est fondamentalement applicable la règle selon laquelle les compétences de branche représentent au moins 50% de la note totale CIE.

### 5. Indications formelles

Aux fins d'être conservée dans le dossier personnel de la personne en formation, une copie du document de contrôle de compétence est envoyée aux formateurs de l'entreprise. L'original est conservé jusqu'à concurrence d'une année après l'apprentissage au Secrétariat de la branche de la Communication&Marketing.

Valable dès le 01.01.2012 pour les personnes en formation débutant leur apprentissage en 2012

Mis en vigueur par la Commission de surveillance et de cours de la branche de la Communication&Marketing Le 22 novembre 2011



## Critères pour l'évaluation des compétences des cours interentreprises CIE

### Travaux écrits

1. Comprendre le thème (en saisir le contexte, le classer correctement, le délimiter dans un cadre pertinent)
2. Se procurer des informations et les classer (accès aux informations auprès des professionnels, littérature professionnelle, recherche sur le web, choix en fonction de la pertinence, de la crédibilité, de l'efficacité ou de l'innovation). Indication des sources.
3. Présentation du thème avec explications et exemples appropriés (articulation claire, mention des principaux éléments, choix d'exemples pertinents).

### Devoirs/mandats avec présentations

1. Comprendre le thème (en saisir le contexte, le classer correctement, le délimiter dans un cadre pertinent)
2. Se procurer des informations et les classer (accès aux informations auprès des professionnels, littérature professionnelle, recherche sur le web, choix en fonction de la pertinence, de la crédibilité, de l'efficacité ou de l'innovation). Indication des sources.
3. Présentation du thème avec explications et exemples appropriés (articulation claire, mention des principaux éléments, choix d'exemples pertinents).
4. Présentation à l'aide de moyens auxiliaires, adaptée au public, en contact avec le public, avec fil conducteur et dans le cadre du temps imparti.

### Notation

Les responsables des cours interentreprises évaluent et attribuent les notes pour les compétences établies; les notes peuvent être entières ou porter sur des demi-points entre 1 et 6. Ils justifient brièvement leur note en fonction des critères.

Valable dès le 01.01.2012 pour les personnes en formation débutant leur apprentissage en 2012

Mis en vigueur par la Commission de surveillance et de cours de la branche de la Communication&Marketing Le 22 novembre 2011





## Guide pour la procédure de qualification écrite

### 1. Bases

Ordonnance sur la formation employée /employé de commerce du 01.01.2012

Art. 21 al. 1 lit. a: Contenu et durée

Art. 22 al. 2 lit. a: Notes et pondération

Art. 23: Répétitions

Art. 24 al. 2 lit. a: Notes et pondération (cas particulier)

Art. 34 al. 1 lit. a: Contenu et durée (formation professionnelle initiale scolaire)

Art. 45 al. 1 lit. e: Tâches de la Commission suisse pour le développement professionnel et la qualité de la formation des employés de commerce CFC

Plan de formation partie D du 01.01.2012

Chiffre 1: Domaines de qualification, organisation et pondération

Chiffre 1.1.1 Cadre applicable à toutes les branches relatif au domaine de qualification "pratique professionnelle – écrit".

#### 1.1. Cadre „pratique professionnelle écrit“ applicable à toutes les branches

L'examen écrit comporte des devoirs pratiques portant sur la branche, sur des situations et des contenus qui doivent être examinés sous l'angle du savoir et de l'action.

Ce domaine de qualification englobe les connaissances professionnelles de branche et d'entreprise selon chiffre 1.1 du Plan de formation, partie A (objectifs évaluateurs obligatoires des lieux de formation, de la formation en entreprise et des cours interentreprises); elle peut comporter des compétences méthodologiques, sociales et personnelles choisies selon le chiffre 2 et 3 du Plan de formation.

Les branches de formation et d'examens reconnues élaborent les devoirs d'examens. L'élaboration peut également être réalisée en collaboration entre plusieurs branches de formation et d'examens.

Les branches de formation et d'examens reconnues élaborent un guide pour la correction des examens et assurent l'information des personnes en formation et des responsables de la formation.



## **2. Convocation à l'examen**

Avant l'examen, les candidats reçoivent, soit par courrier, soit sous forme électronique, une convocation mentionnant la date de l'examen, le lieu, les moyens auxiliaires (aides) admis, ainsi que les instructions en cas de maladie ou d'empêchement.

## **3. Durée de l'examen**

L'examen dure 120 minutes.

## **4. Contenu et devoirs d'examen**

Le domaine de qualification „Pratique professionnelle écrite“ porte sur les contenus professionnels pratiques qui doivent être contrôlés sous l'angle des connaissances et de la capacité d'action. Sous forme écrite, les candidats reçoivent au début de l'examen écrit, les devoirs à résoudre.

Dans le cadre de la „Pratique professionnelle écrite“ sera examiné tout l'éventail des compétences professionnelles. Aucun examen par orientation branche ne sera organisé. Les contenus et la taxonomie se basent sur les objectifs évaluateurs et les compétences partielles (entreprise et CI) selon l'élément 2 du Dossier de formation et de prestation (DFP) en vigueur. Avant le début du travail, les candidats sont informés de ce qu'ils doivent effectuer et de ce qui sera évalué. Ils reçoivent un devoir préétabli et complet et/ou un cas d'étude et/ou plusieurs petits devoirs. Tous les éléments à évaluer figurent dans le devoir d'examen, tout comme le nombre de points pour chaque devoir d'examen.

## **5. Aides – moyens auxiliaires**

Lors des examens écrits, sont admis comme aides une calculatrice non programmable et de quoi écrire. Si d'autres moyens sont admis, cela est communiqué avec la convocation.

## **6. Evaluation et notation**

La prestation des candidats est évaluée par des experts disposant de connaissances professionnelles établies. L'épreuve est évaluée sur une base de 100 points.

La conversion du nombre de points en notes se fait selon l'échelle suivante:



Note	Points
6	95 – 100
5.5	85 – 94
5	75 – 84
4.5	65 – 74
4	55 – 64
3.5	45 – 54
3	35 – 44
2.5	25 – 34
2	15 – 24
1.5	5 – 14
1	0 – 4

## 7. Organisation

La branche de formation et d'examen Communication&Marketing, regroupée sous forme d'association Formation initiale des employés/ées de commerce de la branche de la Communication&Marketing, est responsable de la formation de base. Elle est aussi responsable de l'organisation et de la mise en place de l'examen.

## 8. Voie de droit

La consultation des protocoles d'examens et les recours sont régis par le droit cantonal.

Valable dès le 01.01.2012 pour les personnes en formation débutant leur apprentissage en 2012

Mis en vigueur par la Commission de surveillance et de cours de la branche de la Communication&Marketing

Le 22 novembre 2011/changement du nom le 9 mai 2017



## Guide pour la procédure de qualification orale

### 1. Bases

Ordonnance sur la formation employée /employé de commerce du 01.01.2012

Art. 21 al. 1 lit. b: Contenu et durée

Art. 22 al. 2 lit. b: Notes et pondération

Art. 23: Répétitions

Art. 24 al. 2 lit. b: Notes et pondération (cas particulier)

Art. 34 al. 1 lit. b: Contenu et durée (formation professionnelle initiale scolaire)

Art. 45 al. 1 lit. e: Tâches de la Commission suisse pour le développement professionnel et la qualité de la formation des employés de commerce CFC

Plan de formation partie D du 01.01.2012

Chiffre 1: Organisation et pondération

#### 1.1. Cadre pratique professionnelle orale“ applicable à toutes les branches

- L'examen oral porte sur des situations professionnelles qui exigent des compétences communicationnelles ainsi que la maîtrise des contenus professionnels appliqués en entreprise ou dans les cours interentreprises.
- L'examen a pour but de saisir les aptitudes à l'action professionnelle qualifiée et l'interaction entre réflexion et action pour la maîtrise de situations professionnelles ainsi que d'illustrer des exemples d'actions concrètes tirées de la pratique professionnelle.
- Ce domaine de qualification englobe les compétences professionnelles branche et entreprise selon chiffre 1.1 du Plan de formation, partie A (objectifs évaluateurs **obligatoires et optionnels** des entreprises formatrices et des cours interentreprises); il peut englober des compétences méthodologiques, sociales et personnelles choisies selon les chiffres 2 et 3 du Plan de formation.
- La base de l'examen oral est constituée par un Rapport pratique élaboré par l'entreprise formatrice et le/la candidat/e lui/elle-même ou par tout autre instrument déterminé par la branche de formation et d'examen.
- La méthode pour l'entretien professionnel, resp. pour le jeu de rôle est adaptée à l'examen des compétences professionnelles, méthodologiques, sociales et personnelles (p. ex.: cas pratique, entretien de vente ou de conseil, entretien professionnel concernant une commande, etc.).



Les branches reconnues de formation et d'examen élaborent les instruments nécessaires pour l'examen (Guide pour les experts/es, exemples de cas pratiques, critères d'évaluation, protocole d'examen, etc.); elles assurent l'information aux personnes en formation et aux responsables de la formation professionnelle.

## **2. Forme de l'examen**

Le domaine de qualification "pratique professionnelle orale" englobe un examen oral en fin d'apprentissage. L'examen oral se déroule sous forme d'une situation de conseil client.

Les candidats/es reçoivent un cas dans lequel sont décrits la situation initiale, le devoir et le but de l'entretien.

Trois personnes participent à l'examen: le/la candidat/e ainsi que deux experts/es d'examen. L'expert/e d'examen 1 assume le rôle du client. L'expert/e 2 joue le rôle d'observateur et inscrit les remarques sur le canevas de réponse. Le/la candidat/e fournit la prestation seul/e.

## **3. Convocation à l'examen**

Avant l'examen, les candidats/es reçoivent, soit par courrier, soit sous forme électronique, une convocation mentionnant la date de l'examen, le lieu, les moyens auxiliaires (aides) admis, ainsi que les instructions en cas de maladie ou d'empêchement.

## **4. Durée de l'examen**

Le temps de préparation du cas d'examen représente 10 minutes. L'entretien d'examen qui suit dure 30 minutes.

## **5. Contenu et devoirs d'examen**

L'examen oral porte sur des contenus professionnels pratiques qui sont examinés sous l'angle des compétences professionnelles, méthodologiques, sociales et personnelles. L'examen a pour but de:

- Présenter des situations opérationnelles tirées de la pratique professionnelle
- Déterminer la capacité d'agir professionnellement de manière compétente
- Saisir l'interaction entre la réflexion et l'action pour la maîtrise de situations professionnelles

En matière de compétences professionnelles, l'examen couvre au max. 11 compétences partielles tirées de l'Elément 2 du Dossier de formation et de prestation (DFP) de la branche de la communication&marketing. Si des compétences partielles sont formulées, il est possible d'utiliser des objectifs évaluateurs. Des 11 compétences partielles, respectivement des objectifs évaluateurs, 4 peuvent être comptées à double.



Les experts/es d'examen tiennent compte des objectifs évaluateurs obligatoires et des compétences partielles selon le Rapport pratique du/de la candidat/e.

Pour l'évaluation des compétences méthodologiques, sociales et personnelles, des critères uniformes sont remis pour tous les cas d'examens.

## **6. Aides – moyens auxiliaires autorisés**

Dans la convocation, les candidats sont informés des aides et moyens auxiliaires autorisés. Les supports professionnels sont mis à disposition par les experts dans la mesure où ils sont nécessaires pour l'examen.

## **7. Canevas d'évaluation et notation**

L'évaluation des candidats se fait sur la base d'un canevas d'évaluation. Les pondérations à double dans des domaines de compétences partielles à option, resp. des objectifs évaluateurs sont possibles.

Au total, il est possible d'atteindre 100 points. Ceux-ci se décomposent de la manière suivante:

55 points pour la compétence professionnelle,

20 points pour la compétence méthodologique

20 points pour la compétence personnelle et sociale

5 points pour l'impression générale.

Par aspect partiel évalué, sont attribués entre 0 – 5 points.

5 points: excellente prestation

4 points: bonne prestation

3 points: suffisant, prestation suffisante

2 points: prestation insuffisante, lacunes

1 point: fautes graves, lacunes

0 point: prestation totalement insuffisante

En outre, les experts/es d'examen attribuent cinq points pour l'impression générale laissée par le/la candidat/e.

5 points: comportement enthousiasmant

4 points: comportement convaincant

3 points: s'est suffisamment investi/e

2 points: ne s'est investi/e que partiellement



1 point: personnalité insignifiante

0 point: a rendu l'entretien difficile en raison de son comportement et a laissé une impression négative.

La conversion du nombre de points en notes se fait selon l'échelle suivante:

Note	Points
6	95 – 100
5.5	85 – 94
5	75 – 84
4.5	65 -74
4	55 – 64
3.5	45 – 54
3	35 – 44
2.5	25 – 34
2	15 – 24
1.5	5 – 14
1	0 – 4

## 8. Organisation

La branche de formation et d'examen Communication&Marketing, regroupée en association Formation initiale des employés/ées de commerce de la branche de la Communication&Marketing, est responsable de la formation de base. Elle est aussi responsable de l'organisation et de l'examen.

## 9. Voie de droit

La consultation des protocoles d'examens et les recours sont régis par le droit cantonal.

Valable dès le 01.01.2012 pour les personnes en formation débutant leur apprentissage en 2012

Mis en vigueur par la Commission de surveillance et de cours de la branche de la Communication&Marketing

Le 22 novembre 2011/Changement du nom le 9 mai 2017