

# CAP Esthétique Cosmétique Parfumerie

DURÉE : 100H

## **Pôle 1 : Techniques esthétiques du visage, des mains et des pieds. Soins de beauté et bien-être**

- 1) Biologie liée aux techniques esthétiques du visage, des mains et des pieds
- 2) Technologie liée aux techniques esthétiques du visage, des mains et des pieds
- 3) Conduite d'une prestation UV
- 4) Technologie liée au maquillage du visage

**Pratique :** Techniques esthétiques du visage, des mains et des pieds. Soins de beauté et bien-être.

## **Pôle 2 : Techniques esthétiques liées aux phanères**

- 1) Biologie liée aux techniques esthétiques des phanères
- 2) Technologie liée aux techniques esthétiques des phanères
- 3) Technologie liée au maquillage des ongles

**Pratique :** Techniques esthétiques liées aux phanères

## **Pôle 3 : Conduite d'un institut de beauté et bien-être : Relation avec la clientèle et vie de l'institut**

- 1) Les produits et parfums

- 2) Création d'entreprise
- 3) L'analyse SWOT
- 4) LinkedIn
- 5) Canva
- 6) Vente en magasin et à distance

## **Pôle 4 : Français et histoire-géographie - Enseignement moral et civique**

- 1) Français : Je cause donc je suis
- 2) Français : La grammaire
- 3) Français : Techniques de l'écrit
- 4) Français : Interpréter un texte et une image
- 5) Histoire : La France depuis 1789 : de l'affirmation démocratique à la construction européenne
- 6) Géographie : Transports et mobilités
- 7) Géographie : Espaces urbains, acteurs et enjeux
- 8) Enseignement moral et civique : Devenir citoyen, de l'école à la société
- 9) Enseignement moral et civique : Liberté et démocratie

## **Pôle 5 : Mathématiques**

- 1) Quand on aime, on compte... ou pas
- 2) Les équations du premier degré
- 3) Les fonctions
- 4) Les probabilités
- 5) La proportionnalité
- 6) Les statistiques
- 7) La géométrie

## Pôle 1 :

### Techniques esthétiques du visage, des mains et des pieds Soins de beauté et bien-être

#### 1) Biologie liée aux techniques esthétiques du visage, des mains et des pieds

- **Bienvenue à la formation CAP Esthétique**
  - Inscription au CAP 14'47
- **Définitions et notions de base en biologie humaine**
  - Quelques notions de base en biologie humaine 9'06
  - Quels sont les différents systèmes du corps humain ? 6'32
- **Anatomie des os**
  - Anatomie des os (Partie 1) 7'54
  - Anatomie des os (Partie 2) 4'56
- **Anatomie et physiologie des muscles**
  - Anatomie et physiologie des muscles 2'25
  - Anatomie des muscles striés 5'13
  - Physiologie des muscles striés 4'26
- **L'eau, constituant de la matière vivante**
  - L'eau, constituant de la matière vivante 4'01
- **La cellule, unité de vie**
  - La cellule, unité de vie 8'13
  - La mitose, ou comment passer d'une cellule à deux cellules identiques 5'39
- **Les tissus**
  - Les tissus 1'18
  - Le tissu épithélial ou épithélium 6'09
  - Quelles sont les caractéristiques du tissu conjonctif ? 2'28
- **Le système tégumentaire**
  - La peau, un organe du corps humain 8'51
- **La surface cutanée**
  - La surface cutanée 7'59
- **L'épiderme**
  - L'épiderme 4'23
  - Morphologie des quatre sortes de cellules qui constituent l'épiderme 4'20
  - Physiologie des cellules qui constituent l'épiderme 7'00
  - Les fonctions de l'épiderme 6'26
- **Le derme et la jonction dermo-épidermique**
  - Le derme et la jonction dermo-épidermique 6'38
- **L'hypoderme ou tissu adipeux sous-cutané**
  - L'hypoderme ou tissu adipeux sous-cutané 4'36
- **Les annexes cutanées : les glandes cutanées**
  - Les glandes cutanées 1'22
  - Les glandes sébacées et sudoripares eccrines 5'27
  - La glande sudoripare apocrine 3'06
- **La vascularisation cutanée**

– La vascularisation cutanée	2'19
– Le système cardiovasculaire	6'21
• <b>L'innervation cutanée</b>	
– L'innervation cutanée	5'25
• <b>Les différents types et états de peaux</b>	
– Les différents types et états de peaux	1'43
– Caractéristiques des différents types de peaux (Partie 1)	5'14
– Caractéristiques des différents types de peaux (Partie 2)	3'02
• <b>Le vieillissement cutané</b>	
– La peau mature	4'33
• <b>Les dermatoses</b>	
– Les principales dermatoses	1'37
– Les dermatoses qui se manifestent par des macules	7'48
– Les dyschromies ou les anomalies de pigmentation de la peau	5'24
– Les dermatoses qui se manifestent par des papules	3'44
– Les dermatoses qui se manifestent par des vésicules	6'21
– Les dermatoses qui se manifestent par des squames	4'47
– Les dermatoses qui se manifestent par des pustules	2'11
– Les tumeurs cutanées	1'25
– Les deux types de naevus	7'34
– L'acné, une maladie du follicule pilo-sébacé	7'52
• <b>Biocontamination et prévention</b>	
– Les notions de base	5'34
– Les principes d'hygiène générale relatifs à la profession	5'33
– Quiz	55'00
<b>Total :</b>	<b>4'45'02</b>

## 2) Technologie liée aux techniques esthétiques du visage, des mains et des pieds

• <b>Les produits cosmétiques associés aux techniques de soins esthétiques du visage, des mains et des pieds</b>	
– Qu'est-ce qu'un produit cosmétique ?	5'41
– La composition des produits cosmétiques	3'10
– Les différentes formes galéniques des produits cosmétiques : solutions et dispersions	6'10
– Les différentes formes galéniques des produits cosmétiques : émulsions et suspensions	6'20
– Les différentes formes galéniques des produits cosmétiques : mousses et aérosols	6'41
– Quelles sont les caractéristiques des formes galéniques complexes des produits cosmétiques ?	6'58
– Les produits d'hygiène du visage	2'29
– L'hygiène du visage : démaquillants et nettoyants	7'08
– L'hygiène du visage : mousses, compacts et toniques	6'09
– L'hygiène du visage : démaquillants pour les yeux et lingettes	5'15

– Les produits de soin du visage : les gommages	6'27
– Les produits de soin du visage : les masques	6'06
– Les produits de soin du visage : les différents types de crèmes de soins	4'35
– Les produits de soins des mains	6'50
– Les produits de soins des pieds	6'25
<b>• Appareils, matériels et instruments pour les soins esthétiques</b>	
– Appareil et matériel pour l'observation de la peau	4'28
– Les appareils de mesure des paramètres relatifs à la physiologie cutanée	5'51
– Appareils de soins esthétiques à action thermique (Partie 1)	3'46
– Appareils de soins esthétiques à action thermique (Partie 2)	5'57
– Les appareils de soins esthétiques à action mécanique (Partie 1)	6'31
– Les appareils de soins esthétiques à action mécanique (Partie 2)	2'49
– Appareils de soins esthétiques à action physico-chimiques utilisant le courant galvanique	6'22
– Appareils de soins esthétiques à action de rayonnement (Partie 1)	6'52
– Appareils de soins esthétiques à action de rayonnement (Partie 2)	5'54
– Appareils à courant de haute fréquence	5'30
– Appareils à radiofréquence ou à ondes électromagnétiques	5'56
– Appareils à action d'ondes acoustiques - ultrasons utilisés en esthétique	5'14
– Les organes et accessoires de l'appareil à ultrasons	3'29
– Appareils de stérilisation (Partie 1)	8'03
– Appareils de stérilisation (Partie 2)	5'06
– Instruments pour les soins esthétiques	2'45
– Quiz	35'00
<b>Total :</b>	<b>3'25'57</b>

### 3) Conduite d'une prestation UV

<b>• Peau et œil face aux rayonnements UV</b>	
– La peau et les yeux face aux rayonnements ultraviolets	3'48
– Les UV, particulièrement nocifs pour la peau	4'25
– La peau face aux UV	6'30
– Les risques pour la peau : les cancers cutanés	5'33
– Les risques pour l'œil	5'46
<b>• Les appareils utilisant des rayonnements UV</b>	
– Les sources artificielles de rayons ultraviolets	5'26
– Comment fonctionnent les solariums ?	8'43
– La réglementation française relative aux appareils à rayonnement UV	8'42
<b>• Les produits solaires et les autobronzants</b>	
– Les produits solaires et les autobronzants (Partie 1)	5'39

- Les produits solaires et les autobronzants (Partie 2)	7'47
- Quiz	10'00
<b>Total :</b>	<b>1'12'19</b>

#### 4) Technologie liée au maquillage du visage

• <b>Les produits de maquillage du visage</b>	
- Les produits de maquillage du visage : généralités	1'38
- Les produits de maquillage du visage : le teint	3'44
- Les produits de maquillage du visage : les lèvres	6'15
- Les produits de maquillage du visage : les yeux	4'33
- La coloration	7'31
• <b>Les instruments pour le maquillage</b>	
- Les instruments pour le maquillage	6'00
- Quiz	5'00
<b>Total :</b>	<b>34'41</b>

#### **Pôle 1 Pratique :** Techniques esthétiques du visage, des mains et des pieds. Soins de beauté et bien-être

- L'installation	2'48
- Le diagnostic de peau	3'59
- Le démaquillage	5'29
- Le gommage	4'35
- L'appareil du jour de l'examen	1'03
- L'appareil à ultrason	2'14
- L'appareil à dépresso-aspiration	1'38
- La ionophorèse	2'07
- L'appareil à haute fréquence	4'29
- Le Vapozone	2'37
- L'extraction des comédons	1'10
- Le modelage	13'31
- Les masques – le sérum et la crème de jour	6'56
- Le soin des mains	5'53
- Le maquillage des lèvres	1'55
<b>Total :</b>	<b>1'00'04</b>

**Durée du pôle 1 : 11h**

**Pôle 2 :**  
**Techniques esthétiques liées aux phanères**

**1) Biologie liée aux techniques esthétiques des phanères**

• <b>Le follicule pileux, le poil et le muscle horripilateur</b>	
– Le follicule pileux, le poil et le muscle horripilateur	5'39
– La localisation des poils chez l'homme	5'25
– Les rôles du système pileux	6'32
• <b>L'appareil unguéal</b>	
– L'ongle, constitution et structure	5'09
– Les affections des ongles ou onychopathies (Partie 1)	5'02
– Les affections des ongles ou onychopathies (Partie 2)	6'30
<b>Total :</b>	<b>34'17</b>

**2) Technologie liée aux techniques esthétiques des phanères**

• <b>Les produits utilisés lors des soins esthétiques liés aux phanères</b>	
– Les produits utilisés lors des soins esthétiques liés aux phanères	1'20
– Produits d'épilation	7'43
– Produits de coloration pour cils et sourcils	4'37
– Produits de soin des ongles	4'11
• <b>Appareils et instruments utilisés lors des épilations et des soins des ongles</b>	
– Les appareils d'épilation	5'39
– Instruments utilisés lors des épilations	4'35
– Les appareils et instruments pour les ongles (Partie 1)	6'30
– Les appareils et instruments pour les ongles (Partie 2)	5'25
– Les appareils et instruments pour les ongles (Partie 3)	3'32
<b>Total :</b>	<b>43'32</b>

**3) Technologie liée au maquillage des ongles**

• <b>Les produits utilisés lors du maquillage des ongles</b>	
– Les produits utilisés lors du maquillage des ongles : les vernis	7'31
– Les produits utilisés lors du maquillage des ongles : base, fixateur et dissolvant	3'23
– Quiz	25'00
<b>Total :</b>	<b>35'54</b>

**Pôle 2 Pratique :**

**Techniques esthétiques liées aux phanères**

– Épilation des aisselles	2'55
– Épilation des demi-jambes	3'19

- Soin des pieds	6'43
- Maquillage du teint	5'21
- Maquillage des yeux	2'12
- Maquillage des paupières	3'34
- Maquillage clair-obscur	2'36
- Le trait d'eyeliner et le maquillage du halo	4'23
- Le mascara	1'40
- La coloration des cils	3'42
- La coloration des sourcils	2'32
- Pose du vernis à ongles (mains et pieds)	4'03
- La pose de la French Manucure	4'34
- La pose de vernis semi-permanent	2'40
- L'épilation des sourcils et le protocole général	3'56

**Total : 1'03'10**

### **Durée du pôle 2 : 2h28**

#### **Pôle 3 :**

#### **Conduite d'un institut de beauté et bien-être :**

#### **Relation avec la clientèle et vie de l'institut**

##### **1) Les produits et parfums**

##### **• Les parfums et l'hygiène corporelle**

- Biologie du parfum	3'11
- L'histoire des parfums	4'47
- Caractéristiques de l'odeur d'un parfum	6'14
- Les matières aromatiques	6'14
- Le parfum ou "parfumerie alcoolique"	7'25
- Commercialisation et merchandising des parfums	6'46
- Parfumage des produits cosmétiques	5'59

##### **• Les produits d'hygiène corporelle**

- Qu'est-ce que l'hygiène ?	2'39
- Les produits pour le bain et la douche (Partie 1)	9'36
- Les produits pour le bain et la douche (Partie 2)	6'27
- Les produits pour le bain et la douche (Partie 3)	4'18
- Les déodorants et antitranspirants	9'10
- Les produits de rasage	6'50
- Les produits capillaires (Partie 1)	9'23
- Les produits capillaires (Partie 2)	3'09

##### **• La réglementation des produits cosmétiques**

- Le règlement cosmétique européen	7'45
- Quiz	18'00

**Total : 1'57'53**

## 2) Création d'entreprise

• <b>Introduction</b>	
– Introduction	4'30
– Choisir une idée	3'01
– Créer son entreprise, ce qu'il faut savoir	9'07
– Les services indispensables	13'07
– 5 bonnes raisons de passer par un incubateur d'entreprise	7'49
• <b>Comment créer une entreprise</b>	
– Comment créer une entreprise - Partie 1	17'33
– Comment créer une entreprise - Partie 2	9'20
– Comment créer une entreprise - Partie 3	12'21
• <b>L'état d'esprit et les compétences de l'entrepreneur</b>	
– L'état d'esprit de l'entrepreneur	5'51
– Les compétences de l'entrepreneur	6'22
– La compétence commerciale	3'29
– Qu'est-ce qu'un bon mindset d'entrepreneur ?	7'09
– 5 astuces pour développer un bon mindset d'entrepreneur(e)	7'12
– 5 clés pour travailler son mindset et booster son résultat	7'10
– Les difficultés les plus couramment rencontrées par les entrepreneur(e)s et comment les surmonter ?	5'53
– 4 difficultés rencontrés par les entrepreneurs qui se lancent	5'26
– Le réseautage, qu'est-ce que c'est et comment bien faire en 3 clés essentielles !	10'46
– L'importance du réseautage dans l'entrepreneuriat	3'42
– Comment réseauter pour développer votre activité ?	6'50
– Comment vaincre la solitude de l'entrepreneur(e) ?	4'27
– 8 grandes erreurs à éviter pour les entrepreneur(e)s	5'12
– La résilience, cette fabuleuse capacité à rebondir de l'entrepreneur	4'25
– Peut-on créer et gérer autant d'entreprises que l'on veut ?	4'54
– Femmes entrepreneures : quelles aides pour l'entrepreneuriat au féminin ?	6'17
• <b>La rentabilité pour l'entrepreneur</b>	
– Le seuil de rentabilité	7'01
– Le financement pro	9'04
– La responsabilité pénale du dirigeant	8'42
– Les indicateurs financiers du compte de résultat	2'48
• <b>Les 4 P - Positionner votre offre sur le marché</b>	
– Introduction aux 4P	9'33
– Schéma du positionnement de produit	9'15
– Le cycle de vie d'un produit	6'09
– Approfondissement des positionnements de produits	7'29



– Étude de cas : Nespresso	11'33
– Conclusion des 4P	2'05
<b>• Le bilan</b>	
– Introduction	7'15
– L'actif du bilan	4'23
– Le Passif du Bilan	11'16
– Le compte de résultat	4'50
<b>• Étude de cas d'un Bilan</b>	
– Étude de bilan 1/3	4'40
– Étude de bilan 2/3	6'21
– Étude de bilan 3/3	6'38
<b>• Le plan de trésorerie</b>	
– Le plan de trésorerie	15'55
– Le chiffre d'affaires du plan de trésorerie	13'22
– Les années N+1 et N+2 du plan de trésorerie	09'06
<b>• Le business plan</b>	
– Le business plan	4'11
– Le business plan - Partie 1	8'50
– Le business plan - Partie 2	9'53
– Comment savoir si son idée de business est bonne et réaliste ?	10'20
– Télécharger la trame – Partie 1	7'36
– Télécharger la trame – Partie 2	3'24
<b>• Gestion simplifiée de la comptabilité</b>	
– Gestion simplifiée de la comptabilité	8'11
– La digitalisation de la comptabilité	2'30
<b>• L'organisation de votre temps</b>	
– L'organisation de votre temps	15'19
– L'organisation via l'agenda	5'52
<b>• Le management ce qu'il faut savoir pour démarrer</b>	
– Déléguer : passer du faire au faire faire	3'40
– Comment apprendre à déléguer en tant que chef d'entreprise ?	5'58
– Les 6 étapes de la délégation	5'31
– Prendre des singes ou déléguer	3'52
– Les raisons pour lesquelles les bons employés démissionnent	6'52
– Les bonnes pratiques pour retenir ses bons employés	7'52
– Donner un cadre clair à ses collaborateurs pour libérer l'autonomie	5'39
– Recruter du personnel	7'03
– Rupture de contrat de travail : les règles à connaître	5'39
– Dans quels cas l'employeur peut-il demander la rupture du contrat de travail ?	5'43

– Fin du contrat de travail : quelles sont vos obligations administratives en tant que chef d'entreprise ?	13'50
– Comment devenir un bon manager en étant entrepreneur ?	5'16
– Le licenciement, une procédure en 3 temps	10'23
<b>• Le module juridique</b>	
– Choisir le statut juridique adapté à votre projet si vous êtes seul	11'52
– Choisir le statut juridique adapté à votre projet si vous êtes à plusieurs	5'47
– Les différents apports dans le capital d'une entreprise : apport en numéraire	7'45
– Les différents apports dans le capital d'une entreprise : apport en nature	7'34
– Les différents apports dans le capital d'une entreprise : apport en industrie	6'08
– Société en formation, que peut-on faire et ne pas faire ?	5'34
<b>• Le module financier</b>	
– Trouver des financements	4'28
– Comment calculer son seuil de rentabilité et son point mort ?	9'38
– Comment trouver des investisseurs pour financer sa création d'entreprise ?	6'03
– Le crowdfunding	12'56
– Pourquoi et comment faire une levée de fonds pour votre startup ?	4'49
– Les principales erreurs à éviter lors d'une levée de fonds	10'15
<b>• Les outils de l'entrepreneur</b>	
– Les outils de création – Partie 1	10'33
– Les outils de création – Partie 2	12'13
– Les outils de création – Partie 3	8'42
– Quiz	15'00
– Exercices et pdf : Le plan de trésorerie et le business plan	7'30'00
<b>Total :</b>	<b>19'01'59</b>

### 3) L'analyse SWOT

<b>• Histoire, notions de base et impacts du modèle SWOT</b>	
– Présentation	6'34
– Qu'est-ce que la méthode SWOT et son objectif ?	6'37
– L'analyse SWOT en 3 étapes et la matrice	7'26
– Identification des forces internes	10'07
– Identification des faiblesses internes de l'entreprise	9'26
– Comment procéder à l'analyse externe de votre entreprise ?	5'36

– Analyse des opportunités externes – Partie 1	4'23
– Analyse des opportunités externes – Partie 2	12'34
• <b>Explication de la méthode PESTEL et des 5 forces de Porter, complémentaire à la méthode SWOT</b>	
– Présentation de la méthode PESTEL	6'36
– Pourquoi utiliser la méthode PESTEL et comment la réaliser ?	4'42
– L'analyse politique et économique	4'55
– L'analyse socioculturelle, technologique, écologique et législative	6'17
– Présentation de la méthode des 5 forces de Porter et de ses objectifs	4'54
– Comment utiliser la méthode des 5 forces de Porter et ses limites	5'23
– Cas pratique : le pouvoir de négociation des fournisseurs et rivalité entre les concurrents	4'51
– Comment combiner PESTEL et les 5 forces de Porter et leur complémentarité avec l'analyse SWOT	5'02
– Cas pratique : élaboration d'un diagnostic externe complet pour Adidas	4'59
– Conclusion et conseils pour appliquer ces méthodes dans la vie professionnelle	7'04
• <b>Le benchmarking</b>	
– Définition et historique du benchmarking, et présentation de ses objectifs	7'02
– Les différents types de benchmarking	5'38
– Comment déterminer les concurrents à analyser	5'37
– Analyser les tendances et les innovations du secteur	4'24
– Évaluer les meilleures pratiques du secteur et les leaders du marché	3'12
– Comparer les performances financières et opérationnelles	5'38
– Comparer les performances marketing, de communication et de fidélisation des clients	5'31
– Identifier les domaines d'amélioration	5'42
– Identifier les opportunités de marché et les tendances émergentes	4'38
– Mettre en place un plan d'action pour la croissance	5'47
• <b>Cas pratiques Nike et ZARA</b>	
– Présentation de Zara et de Nike	6'34
– Objectifs des cas pratiques et méthodologie pour les analyser	6'13
– Les forces et faiblesses Internes de Zara	6'13
– Les opportunités et les menaces pour Zara	7'35
– Les forces et faiblesses Internes de Nike	5'16
– Les opportunités et menaces pour Nike	5'58
– Les leçons de la stratégie de Zara et de Nike	6'31
– Les bonnes pratiques tirées des cas de Zara et de Nike	6'00
– Mise en pratique de l'analyse SWOT	8'14

– Conclusion et récapitulatif	3'53
<b>• Le positionnement</b>	
– Définition du positionnement et son importance	5'18
– Les éléments-clés et les bénéfices du positionnement	5'45
– Etape 1 - Analyse de la concurrence et du marché	2'56
– Etape 2 - Identification des éléments de différenciation	3'11
– Etape 3 - Définition de la cible et de ses attentes	3'26
– Étape 4 - Élaboration de la promesse et de l'offre unique	3'15
– Positionnement par le produit ou le service et par le prix	8'51
– Positionnement par la distribution et par la communication et l'image de marque	7'50
– Exemple de positionnement réussi : Apple, Tesla et Nespresso	9'20
– Leçons à tirer de ces exemples	3'17
– Étude de cas : élaborer un positionnement pour une entreprise fictive	3'16
– Intégrer les enseignements du positionnement à sa propre stratégie et évaluer les résultats	5'42
– Conclusion et récapitulatif	3'02
– Conclusion de la formation	5'23
– Quiz	45'00
<b>Total :</b>	<b>5'28'34</b>

#### 4) What's App Business et LinkedIn

<b>• De la naissance de WhatsApp aux prémices de WhatsApp Business</b>	
– Introduction	6'50
– Objectifs de la formation	3'09
– Histoire de l'application WhatsApp - Origines	11'16
– L'acquisition historique de WhatsApp par Facebook	3'33
– Dates clés après l'acquisition de WhatsApp par Facebook	4'42
– Fonctionnalités fondamentales de l'application	4'35
– Chiffres clés	8'26
– Qui utilise WhatsApp -	5'49
– Comportement des utilisateurs internationaux	8'22
– Quiz	10'00

**Total :** **1'06'42**

<b>• Prendre en main l'application WhatsApp</b>	
– Où trouver l'application WhatsApp	3'33
– Téléchargement et installation - Introduction au tutoriel	0'36
– Les astuces à connaître pour utiliser WhatsApp au Maximum - Introduction au tutoriel	1'07
– Tutoriel de présentation des fonctionnalités	

Complémentaires présentes sur WhatsApp	9'53
– Utiliser WhatsApp en toute sécurité	9'10
– Installer WhatsApp sur votre ordinateur - Introduction au tutoriel	0'48
– Quiz	5'00
<b>• Comment utiliser WhatsApp business</b>	
– De WhatsApp a WhatsApp business	6'39
– Qu'est-ce que WhatsApp Business	4'16
– Pourquoi utiliser WhatsApp Business	1'28
– Les commerces de détail	5'05
– Le secteur de la restauration	6'17
– L'immobilier	7'34
– Le tourisme	7'46
– Comment créer un compte professionnel sur WhatsApp	11'41
– Comment bien utiliser les fonctionnalités de WhatsApp Business	11'44
– Créer un catalogue sur WhatsApp Business	13'03
– Effectuer des paiements sur WhatsApp	3'43
– Vendre plus grâce à WhatsApp Business	4'22
– Quiz	10'00
<b>• WhatsApp Business API</b>	
– Qu'est-ce que WhatsApp Business API	6'03
– Comment paramétrer un compte via WhatsApp Business API	4'30
– Les groupes de message via WhatsApp Business API	0'51
– La tarification et approbation du compte	2'12
– Les partenaires agréés	6'15
– Quiz	5'00
<b>• Comment intégrer WhatsApp dans une stratégie social media globale</b>	
– Qu'est-ce que le service client	5'19
– En quoi est-ce que le service client est-il important dans une entreprise	6'32
– Quels sont les objectifs du service client au sein de votre entreprise	2'25
– Comment développer le service client au sein de votre entreprise	6'15
– Savoir s'adapter à chaque canal de communication	4'38
– Qui peut travailler au service client	3'45
– Exemples de service client réussie	2'36
– Comment fidéliser vos clients grâce à un excellent service client	3'38
– Combiner le canal WhatsApp avec un outil d'emailing	8'35
– Incorporer WhatsApp dans une stratégie social media globale	4'30
– Les entreprises qui ont implanté WhatsApp avec succès	5'59
– Conclusion	7'10
– Quiz	15'00
<b>• Bien remplir son profil LinkedIn et le rendre attractif</b>	
– Introduction	5'07

– Objectifs	2'14
• <b>Cas pratique n°1 : créer une page professionnelle en tant que Community manager</b>	
– Débuter sur LinkedIn avec un bon état d'esprit	7'29
– Utiliser LinkedIn pour se faire connaître	2'30
– Création du profil professionnel sur LinkedIn	2'44
– Comment créer un profil professionnel sur LinkedIn en 2023 ? - Partie 1	14'06
– Comment créer un profil professionnel sur LinkedIn en 2023 ? - Partie 2	6'16
– Comment créer un profil professionnel sur LinkedIn en 2023 ? - Partie 3	10'10
• <b>Construire une page professionnelle qui attire du trafic sur LinkedIn</b>	
– Qu'est-ce qu'une page LinkedIn attractive ?	2'55
– Quel impact peuvent avoir les posts d'un employé sur la société qui l'emploie ?	7'42
– Image de marque ou identité de marque ?	3'18
• <b>Cas pratique n°2 : attirer du trafic sur sa page professionnelle LinkedIn en tant qu'indépendant</b>	
– Rendre ma page attractive	2'36
– Cas pratique Capsule Marketing : L'importance de créer une identité de marque pour l'aligner avec ses valeurs/services	9'12
– Cas pratique La Capsule d'Alyssa : Présentation Nouvelle Identité de Marque	5'59
– Cas pratique : Comment mettre en place concrètement une nouvelle identité de marque sur LinkedIn ? – Partie 1	10'39
– Cas pratique : Comment mettre en place concrètement une nouvelle identité de marque sur LinkedIn ? – Partie 2	10'14
– Cas pratique : Le statut professionnel – Partie 1	8'08
– Cas pratique : Le statut professionnel – Partie 2	7'27
– Cas pratique : Coordonnées	9'03
– Cas pratique : Les abonnés et les relations	3'10
– Cas pratique : Les objectifs	10'08
– Cas pratique : Open To Work	5'17
– Cas pratique : Services	10'26
– Cas pratique : Statistiques	9'03
– Cas pratique : Ressources – Partie 1	8'46
– Cas pratique : Ressources – Partie 2	8'08
– Cas pratique : Ma Sélection	10'40
– Cas pratique : Infos – Partie 1	8'56
– Cas pratique : Infos – Partie 2	11'38
– Cas pratique : Expériences	10'03
– Cas pratique : Page Entreprise – Partie 1	7'43
– Cas pratique : Page Entreprise – Partie 2	8'30

– Cas pratique : Formation	3'34
– Cas pratique : Compétences – Partie 1	7'06
– Cas pratique : Compétences – Partie 2	5'33
– Cas pratique : Centres d'Intérêts	1'38
– Cas pratique : Profil public	2'40
– Transition	00'35
<b>• Créer du contenu organique pour augmenter la visibilité de son profil LinkedIn</b>	
<b>• Construire une stratégie de contenus</b>	
– Qu'est-ce qu'une stratégie de contenus ?	2'59
– Comment mettre en place une stratégie de contenus sur LinkedIn ?	2'23
– Etape n°1 - Définir les objectifs de votre stratégie de contenus	6'08
– Etape n°2 - Comprendre mon public cible	2'25
– Etape n°3 - Elaborer un plan de contenus	2'18
– Etape n°4 - Optimiser vos publications	3'56
– Etape n°5 - Promouvoir le contenu	2'44
– Etape n°6 - Analyser les performances de vos publications	3'44
<b>• L'importance de définir sa ligne éditoriale sur LinkedIn</b>	
– Définir sa ligne éditoriale sur LinkedIn	3'05
– Qu'est-ce qu'une page Entreprise ?	4'37
– Qu'est-ce qu'une page personnelle ?	2'11
– Est-ce que la ligne éditoriale d'un profil personnel doit être la même que celle d'une page Entreprise sur LinkedIn ?	2'35
– Qu'est-ce qu'un groupe sur LinkedIn ?	4'05
<b>• Les méthodes pour créer du contenu captivant</b>	
<b>• Le copywriting</b>	
– Qu'est-ce que le copywriting ?	2'21
– Les techniques de base du copywriting	3'14
– La persuasion en copywriting	2'39
– Comment utiliser le copywriting pour rédiger des posts sur LinkedIn ?	3'08
<b>• Le storytelling</b>	
– Le principe du storytelling	3'23
– Les éléments clés du storytelling	2'56
– Pourquoi créer un personnage pour consolider votre storytelling?	2'16
– Comment créer un personnage pour consolider votre storytelling?	3'54
– Pourquoi créer une histoire pour consolider votre storytelling ?	3'58
– Les avantages du storytelling pour les entreprises	3'11
– Comment utiliser le storytelling sur LinkedIn	1'56
– Exemples de storytelling réussis sur LinkedIn	8'18
– Exercice pratique : Créer votre propre histoire de marque	5'03

– En résumé	1'42
• <b>Organiser sa production de contenu</b>	
– Qu'est-ce qu'un contenu organique ?	3'15
– Pourquoi organiser sa production de contenus sur LinkedIn ?	2'25
– Comment organiser sa production de contenus sur LinkedIn ?	3'07
• <b>Cas pratique - Je rédige mon calendrier éditorial pour créer 12 types de contenu à publier sur LinkedIn</b>	
• <b>Etape 1 : Je définis mon objectif</b>	
– Je définis mon objectif	2'32
• <b>Etape 2 : Je dessine mon client idéal</b>	
– Je dessine mon client idéal	12'52
• <b>Étape 3 : J'élabore mon calendrier éditorial et j'optimise mes publications</b>	
– Chiffres clés à connaître et actions à mettre en place avant de rédiger le calendrier éditorial	7'26
– Définir sa ligne éditoriale	7'34
• <b>Étape 4 : Comment prévoir un mois de publication de contenus à l'avance ?</b>	
– Quels sont les contenus qui performant le mieux sur LinkedIn ?	6'55
– Quels sont les sujets qui performant le mieux sur LinkedIn ?	1'54
– Comment préparer son calendrier éditorial pour publier 3 posts par semaine ? – Partie 1	11'04
– Comment préparer son calendrier éditorial pour publier 3 posts par semaine ? – Partie 2	14'19
– Comment concevoir le texte de ses posts ? – Partie 1	7'41
– Comment concevoir le texte de ses posts ? – Partie 2	8'16
– Comment concevoir les visuels de ses posts pour bien rédiger son calendrier éditorial à un mois ?	7'58
• <b>Etape 5 : Je planifie et je fais la promotion de mes publications</b>	
– Programmer un post avec le planificateur de LinkedIn au format Texte + Image	10'05
– Programmer un post avec le planificateur de LinkedIn au format Carrousel – Partie 1	11'25
– Programmer un post avec le planificateur de LinkedIn au format Carrousel – Partie 2	13'11
– Est-ce possible de programmer un sondage sur le planificateur de LinkedIn ?	12'00
• <b>Etape 6 : J'analyse mes résultats avec les statistiques d'audience de LinkedIn</b>	
– Statistiques des 3 posts les plus performants – Partie 1	11'21
– Statistiques des 3 posts les plus performants – Partie 2	11'45



- Statistiques de l'audience	2'35
- Les données à prendre en compte pour améliorer la portée de vos posts	3'27
- Apprendre à analyser et interpréter les statistiques LinkedIn pour ajuster son calendrier éditorial	8'07
- Quiz	1'00'00
<b>Total :</b>	<b>14'40'26</b>

## 5) Canva

• <b>Canva, un outil de création visuel intuitif et professionnel : Introduction</b>	
- Présentation	9'27
- Objectifs de la formation	3'34
• <b>Histoire du logiciel de création visuel en ligne Canva</b>	
- Canva, c'est quoi ?	3'10
- Les valeurs	3'55
- Les acteurs clés derrière la success story Canva	5'16
- Les chiffres clés	4'32
• <b>Vos premiers pas sur Canva : Présentation générale</b>	
- Accéder à l'outil gratuit	3'18
- Présentation du tableau de bord	6'47
- Présentation du compte	5'25
- Rechercher un modèle	3'02
- Tarification	6'52
• <b>Commencer à créer des visuels</b>	
- Découvrir l'outil de création	12'07
- Modifier vos modèles	10'10
- Partager vos documents	10'12
- Gérer vos designs	7'08
- Supprimer l'arrière-plan et modifier une photo	10'16
- Appliquer des effets sur votre photo	3'45
- Partager votre photo	7'01
- Créer des mockups sur Canva	2'38
• <b>Utiliser l'application sur mobile</b>	
- Installer l'application Canva sur mobile	1'03
- Présentation du tableau de bord mobile	4'29
- Prendre en main l'outils canva sur mobile	5'33
- Modifier vos designs sur mobile	5'15
- Partager, télécharger, enregistrer vos designs sur mobile	4'21
- Modifier et partager une photo	5'14
- Appliquer des effets sur votre photo	3'53

– Créer des mockups sur Canva mobile	3'44
– Supprimer l'arrière-plan d'une image sur Canva mobile	3'38
<b>• Gestion des équipes</b>	
– Créer une équipe	4'03
– Rejoindre une équipe	1'27
– Gérer les rôles des équipes	3'08
– Modifier vos designs sur mobile	5'15
<b>• Impression sur Canva</b>	
– Trouver des produits à imprimer	10'44
– Les modèles pour impression	6'34
– Imprimer des goodies	1'55
<b>• Le montage vidéo sur Canva</b>	
– Commencer avec les vidéos	6'43
– Atelier – Création d'une vidéo	8'53
– Animer les éléments d'une vidéo	3'52
– Gérer les essentiels de la piste audio	5'48
– Transition	2'00
– Enregistrement d'écran	5'21
–	
<b>• L'importance d'avoir une image professionnelle dans votre communication digitale</b>	
– Objectifs pédagogiques	0'34
<b>• Les bases du design graphique</b>	
– Qu'est-ce que le design graphique ?	6'00
– Qu'est-ce qu'un moodboard ?	3'02
– Pourquoi créer un moodboard ?	3'45
– Comment créer un moodboard efficace ?	3'22
– Savoir organiser les éléments sur votre visuel	1'52
– L'alignement de vos éléments	1'48
– Qu'est-ce qu'une police ?	3'41
– Quelle typographie choisir ?	1'19
– Contraste et hiérarchie pour plus d'impact visuel	1'54
– Couleurs primaires et secondaires	3'40
– La température des couleurs	1'23
– Faire matcher les couleurs avec votre message	1'26
– Choisir la bonne image	1'44
– Diffusez votre message	3'04
<b>• Créer un logo</b>	
– Comprendre la notion d'image de marque – Partie 1	0'47
– Comprendre la notion d'image de marque – Partie 2	16'47
– Comprendre la fonction du logo	20'04
– Créer un logo avec les templates de Canva	17'30

– Principe de la théorie de la Gestalt dans la conception graphique	7'33
– Comment trouver l'inspiration pour créer un logo avec Canva ?	20'52
– Psychologie et identité visuelle : 1ère étape - Le brief créatif	12'00
– Psychologie et identité visuelle : 1ème étape - Le benchmark	5'27
– Récapitulons les essentielles de l'identité visuelle	3'00
<b>• La typographie</b>	
– Qu'est-ce que la typographie ?	2'07
– Histoire de la typographie	1'25
– Transmettre le bon message	2'25
– Les erreurs à éviter	0'53
– L'importance des couleurs en typographie	1'26
– Utiliser la typographie sur Canva	19'18
– Atelier - Créer une affiche sur Canva	15'30
<b>• Personal branding - construire une marque personnelle avec Canva :</b>	
<b>Personal branding</b>	
– Qu'est-ce que le personal branding ? - Partie 1	2'39
– Qu'est-ce que le personal branding ? - Partie 2	11'28
– Créer un moodboard personnel	9'00
– Pourquoi créer une marque personnelle ? - Partie 1	4'56
– Pourquoi créer une marque personnelle ? - Partie 2	6'06
– Atelier – CV – Partie 1	2'02
– Atelier – CV – Partie 2	4'22
– Entretenir son réseau – Partie 1	1'55
– Entretenir son réseau – Partie 2	5'18
<b>• Partie 2 : L'art de communiquer sur les médias sociaux</b>	
– Choisir une plateforme de communication	1'33
– Atelier - Miniature Vidéos Youtube	11'55
– Atelier Bannière Youtube	7'05
– Atelier Pinterest	14'06
– Atelier Twitter	13'13
– Atelier Instagram	8'27
– Atelier Snapchat	7'57
– Atelier LinkedIn – Partie 1	15'55
– Atelier LinkedIn – Partie 2	4'09
– Conclusion	3'02
– Quiz	1'20'00
<b>Total :</b>	<b>10'22'12</b>

## 6) Vente en magasin et à distance

<b>• La compréhension basique du processus de vente</b>	
– Introduction	0'50

- Quels sont les différents types de cycles de vente ?	3'52
- Vente en B2B ou B2C : modalités applicables par le vendeur et dispositions diverses	2'01
- Abordons les spécificités de la vente en B2B	6'15
- La vente en B2C : particularités	6'37
- Qu'est-ce que la règle des 4 C dans l'univers de la vente ?	4'12
- Abordons le plan de vente et les 7 étapes de la vente incontournables pour atteindre vos objectifs	6'49
- Comment intéresser vos prospects et clients avec un elevator pitch commercial ?	15'59
- Qu'est-ce que l'effet de halo ? Comment l'utiliser dans la démarche commerciale et quels sont ses avantages ?	7'15
- Qu'est-ce que le Customer Centric Selling ?	4'19
- Parlons de l'omnicanalité et de son impact dans l'organisation commerciale	12'35
- Quels sont les motivations et les freins à l'achat des clients ?	9'32
- Adoptez la vente attitude	9'12
- 10 conseils pour pratiquer l'écoute active	6'16
- Quelle qualité et quelles conditions pour finaliser une vente ?	6'07
- Et si, dans le business, l'empathie était la principale compétence ? A quoi sert-elle ?	2'23
<b>• La prospection et la découverte client</b>	
- Les 4 étapes indispensables de la prospection client	8'04
- 5 règles d'or pour mener sa prospection à la réussite	6'34
- 6 étapes clés pour une prospection commerciale digitale efficace	6'13
- Quelles sont les techniques de prospection commerciale efficaces ?	8'01
- La prospection commerciale par recommandation	7'31
- Phase de découverte : oubliez vos a priori !	7'42
- Besoins clients ... Pas d'erreurs d'interprétation	5'16
- L'art du Storytelling ou comment raconter une histoire qui fait vendre !	12'29
- Méthode QQOQCP : sachez utiliser les bonnes questions pour la découverte des besoins de vos clients	8'28
- Comment prospecter et vendre par téléphone ?	4'58
- Prospection commerciale : quelles sont les meilleures pratiques pour conclure une vente avec un prospect difficile ? Comment éveiller l'intérêt qui semble indifférent ?	7'12
- Comment réussir un plan de découverte et ainsi améliorer ses ventes ?	5'41
<b>• Le marketing d'avant-vente</b>	
- Le bouche-à-oreille	10'59
- Les fondamentaux d'une recommandation réussie	6'53
- Découvrez nos (13) conseils pour faire de votre salon professionnel une vitrine accueillante	11'01
- Quelle stratégie marketing pour vendre en B2C :	

quelles sont les bonnes pratiques du moment ?	9'01
– Qu'est-ce que l'UX ?	5'47
– Les différents outils de communication	10'41
– Comprendre son environnement de vente	10'10
– Comprendre les différents supports de vente et leurs impacts	3'47
– Comprendre Google Analytics et les reportings	8'46
– Comprendre LinkedIn et les reportings	17'23
– Construire sa E-réputation sur LinkedIn	14'16
– Comment traiter les données pour améliorer le processus de vente	16'24
– Répondre aux avis positifs et négatifs de Google	15'00
• <b>Les techniques de vente</b>	
– Comment bien préparer son premier rendez-vous commercial ?	5'02
– Qu'est-ce que la règle des 4 x 20 pour bien débiter un entretien commercial ?	8'55
– Quelles sont les techniques de questionnement à maîtriser pour mener à bien son entretien de vente ?	3'39
– Comment reformuler ?	2'40
– Qu'est-ce qu'un bon argumentaire commercial ?	5'56
– Comment réussir sa vente en 10 étapes ?	11'12
– Quels outils pour mieux vendre ?	8'25
– 3 conseils pour doper vos ventes	9'52
– Quelles sont les meilleures techniques de vente du moment ?	16'58
– Comment mieux vendre ?	7'45
– Conclure une vente : 13 règles d'or conclure une vente	10'18
– Conclure une vente : 10 techniques qui fonctionnent !	12'59
– Techniques de vente en magasin, comment augmenter son chiffre d'affaires ?	6'18
– Quels sont les 8 freins à l'achat les plus couramment rencontrés ?	9'36
– Qu'est-ce qu'un mobile d'achat appelé aussi motivation d'achat ? Et comment décrypter les motivations d'achat de vos clients ?	8'22
– Qu'est-ce que la méthode de vente SIMAC utilisée par la force de vente de nombreux grands groupes internationaux ?	11'26
– Entrepreneurs, découvrez les 6 meilleures techniques de ventes pour vous aider à faire décoller votre business	12'12
• <b>La prospection téléphonique</b>	
– Découvrez 7 astuces pour améliorer vos ventes par téléphone	10'53
– Comment booster votre performance en télévente ?	10'03
– Comment dépasser vos propres freins et mener votre téléprospection avec succès ?	14'03
– Vendre à un client par téléphone : voici quelques astuces pour améliorer votre technique d'approche	10'48
– Téléprospection : des erreurs à éviter ? Absolument !	8'59
– Comment augmenter vos prises de rendez-vous en téléprospection ?	8'59
– Script ou guide d'entretien téléphonique : l'indispensable	

préparation pour une déjouer les barrières lors de vos campagnes de télémarketing	3'31
– Script téléphonique pour vos actions de prospection téléphonique : existe-t-il une méthode parfaite ?	4'15
– Nos conseils pour vous aider à réaliser des scripts d'appel efficaces pour atteindre vos objectifs	4'23
• <b>La négociation</b>	
– Quelques exemples d'argumentation et de traitement des objections fréquentes	9'59
– Négocier et défendre ses marges	12'17
– Déjouer les pièges des acheteurs dans les négociations difficiles	10'11
– Comment débloquer une vente ?	2'09
– Les 5 erreurs à ne pas commettre en négociation commerciale	3'42
– 7 techniques pour réussir ses négociations commerciales	9'17
– Techniques de Closing : remportez vos deals grâce au traitement des objections de vos prospects	6'48
– Comment répondre aux objections commerciales les plus fréquemment rencontrées ?	20'00
– Comment gérer les objections clients ?	3'27
• <b>L'après-vente et la fidélisation</b>	
– Pourquoi fidéliser ses clients ?	6'11
– Pourquoi s'intéresser à la fidélisation client ?	5'36
– L'importance de la vente pour garantir la fidélité client	6'30
– Découvrez 5 conseils pour fidéliser un client	5'37
– L'écoute : clé de la relation clients	8'02
– Vendeurs : soyez au top de votre relation client	13'23
– Optimiser la gestion de son portefeuille clients	2'41
– Quelles sont les meilleures stratégies pour développer son portefeuille client ?	8'03
– Le début de la relation client ou comment bien gérer l'après-vente et la fidélisation	7'37
– Comment soigner sa relation client avec un site web ?	7'12
– Comment se différencier en temps de crise ? Quelles sont les meilleures stratégies en matière de fidélisation client ?	13'23
– Comment optimiser la gestion de votre portefeuille clients à l'heure du digital ?	18'58
– La satisfaction client, l'une des meilleures techniques de fidélisation	16'13
– Les conséquences de l'insatisfaction client	22'49
– Qu'est-ce que la relation client et comment soigner sa mise en application au sein de votre entreprise ?	10'03
– Comment enrichir une relation client à distance dans une organisation omnicanale ?	5'41
– Et si vous écoutiez vos clients mécontents ou insatisfaits ? Quelle est l'importance de cette écoute dans la fidélisation ?	4'14
• <b>Promotions et soldes</b>	
– Promotions et soldes – Partie 1	1'21

– Promotions et soldes – Partie 2	4'11
– Promotions et soldes – Partie 3	2'31
• <b>Affichage des prix et rayon spécifique</b>	
– Affichage rayon spécificités – Partie 1	7'32
– Affichage rayon spécificités – Partie 2	5'14
– Réglementation sur l'affichage des prix – Partie 1	7'06
– Réglementation sur l'affichage des prix – Partie 2	8'30
– Réglementation sur l'affichage des prix – Partie 3	2'26
– PDF à télécharger	30'00
– Règlement général sur la protection des données (RGPD)	8'09
• <b>7 étapes de ventes</b>	
– Introduction	2'15
– Étape 1 : L'accueil du client	1'25
– Comment créer un climat d'accueil favorable	2'37
– Quels sont les moyens d'expression	8'15
– La règle des 4x20	3'19
– Conclusion	2'52
– Étape 2 : Découvrir ses besoins	4'46
– Connaître les motivations d'achat	4'17
– La phase d'action	3'37
– Étape 3 : Le produit	2'51
– L'augmentation	9'26
– Étape 4 : Identifier les objections	4'06
– Traiter les objections	3'20
– L'annonce du prix	3'17
– Étape 5 : Conclusion de la vente	1'52
– Étape 6 : La vente complémentaire	4'07
– Étape 7 : Soigner la prise de congé	1'22
– La fidélisation	4'27
• <b>Encaissement</b>	
– Le matériel de caisse	9'18
– Les procédures de tenue de caisse	12'13
– Les moyens de paiement	4'30
– Le code barre	3'06
– Législation sur la monnaie fiduciaire	7'19
– Quiz	1'30'00

**Total : 17'55'49**

**Durée du pôle 3 : 72h55**

#### **Pôle 4 :**

#### **Français et histoire-géographie - Enseignement moral et civique**

##### **1) Français: Je cause donc je suis**

- Comprendre pourquoi le français paraît difficile (Partie 1)	8'48
- Comprendre pourquoi le français paraît difficile (Partie 2)	4'37
- Pourquoi est-il indispensable de s'exprimer en bon français ?	4'01
- Comprendre comment fonctionne sa langue (Partie 1)	6'50
- Comprendre comment fonctionne sa langue (Partie 2)	7'13

**Total : 31'29**

## 2) Français: La grammaire

### • La nature et la fonction des mots

- Les noms et les déterminants	5'15
- Les pronoms	5'16
- Les adjectifs	5'00
- Les verbes (Partie 1)	6'11
- Les verbes (Partie 2)	5'37
- Les prépositions et les adverbes	4'26
- Les conjonctions de coordination et de subordination	7'11
- Les principales fonctions	4'57

### • Les accords

- Règles générales d'accord du verbe avec le sujet	5'42
- L'accord des participes passés (Partie 1)	4'42
- L'accord des participes passés (Partie 2)	5'27
- L'accord des adjectifs	4'03

- Quiz	1'15'00
--------	---------

**Total : 2'18'47**

## 3) Français: Techniques de l'écrit

### • Les fautes de français fréquentes à éviter à l'écrit

- Choisir le bon verbe et la bonne préposition	9'00
- Florilège des erreurs fréquentes à éviter	9'49
- Les homophones	9'47

### • La rédaction

- Une écriture maîtrisée	3'09
- Rédiger un CV	5'35
- Rédiger une lettre de motivation	7'42
- Prendre contact avec une entreprise	4'54
- Rédiger un rapport de stage	4'17

- Quiz	30'00
--------	-------

**Total : 1'24'13**

## 4) Français: Interpréter un texte et une image



– Interpréter un texte : éléments d'analyse de base (Partie 1)	10'00
– Interpréter un texte : éléments d'analyse de base (Partie 2)	4'24
– Les différents genres littéraires : le récit	8'25
– Les différents genres littéraires : la poésie	7'50
– Les différents genres littéraires : l'article de presse	6'44
– Interpréter une image	4'00
– Quiz	5'00
<b>Total :</b>	<b>46'23</b>

## 5) Histoire : La France depuis 1789 : de l'affirmation démocratique à la construction européenne

• <b>La curiosité est un très beau défaut</b>	
– Soyez curieux	2'29
– L'histoire, c'est vous !	7'58
– La guerre des clichés	3'20
– La géo... Quoi ?	6'04
• <b>La France, de la Révolution française à la V<sup>e</sup> république : l'affirmation démocratique</b>	
– La Révolution française : de l'Ancien régime à la Terreur	9'41
– La France de Napoléon	7'38
– Le retour de la monarchie	8'25
– L'enracinement de la III <sup>e</sup> République (1875-1940)	11'12
– Les bouleversements du XX <sup>e</sup> siècle : la Première Guerre mondiale	7'36
– La deuxième guerre mondiale et la fin de la III <sup>e</sup> République	6'24
– La naissance de la V <sup>e</sup> République et ses évolutions	8'39
– La mise en place de la République	3'36
• <b>La France et la construction européenne depuis 1950</b>	
– Le projet démocratique européen de 1945 à 1992	6'54
– Une construction progressive et la question des élargissements	6'53
– L'Union européenne et sa complexité aujourd'hui	6'04
– L'Union européenne face aux citoyens et aux États : les remises en question depuis 1992	6'04
– Conclusion : Les difficultés de l'Union européenne à se positionner comme une puissance internationale complique son avenir	1'58
– Quiz	35'00
<b>Total :</b>	<b>2'25'55</b>

## 6) Géographie : Transports et mobilités

– Introduction	2'29
• <b>Les infrastructures et technologies de la mobilité : entre transformation urbaine et révolution numérique</b>	
– La révolution des transports	7'10
– Les nouveaux aménagements urbains et commerciaux	11'16
– Focus sur la nouvelle route de la soie	4'20
– L'information à la vitesse de la lumière : la révolution numérique	6'10
– En conclusion	1'44
• <b>Les flux de personnes et de marchandises : un monde en mouvement</b>	
– Les flux de marchandises	9'17
– Les flux de personnes	5'41
– En conclusion	1'08
• <b>Les conséquences de la mobilité : globalisation des acteurs et des biens matériels</b>	
– Une division du travail toujours plus accrue	8'05
– Une concentration urbaine toujours plus étendue	3'51
– Le changement climatique	2'40
– En conclusion	1'55
• <b>Les enjeux complexes de la mobilité</b>	
– Les limites et menaces de la mobilité	8'36
– En conclusion	1'14
– Conclusion du module	2'53
– Quiz	20'00
<b>Total :</b>	<b>1'38'29</b>

## 7) Géographie : Espaces urbains, acteurs et enjeux

– Introduction	1'57
• <b>Paris et les grandes villes</b>	
– Les principales aires urbaines en France	3'43
– Paris, l'extension infinie	8'58
– Les autres grandes villes	6'45
– En conclusion	2'03
• <b>La France périurbaine</b>	
– Les villes périurbaine : à l'ombre de la ville-centre	6'32
– Les villes petites et moyennes isolées : voler de ses propres ailes	8'05
– En conclusion	1'26
• <b>Le rôle des acteurs dans l'aménagement du territoire urbain</b>	
– Quels sont les acteurs et les structures d'action ?	6'39
– Exemple d'action : comment aménager la ville ?	4'37
– Le développement durable et ses acteurs	7'48
– En conclusion	1'02
– Conclusion du module	3'20

– Quiz	20'00
--------	-------

**Total : 1'22'55**

## 8) Enseignement moral et civique : Devenir citoyen, de l'école à la société

– Introduction	2'28
• <b>Être citoyen</b>	
– Être français	6'36
– Les droits et les devoirs du citoyen français	7'58
– Comprendre les principes de la République et partager ses valeurs	5'52
– Se reconnaître dans des symboles – Partie 1	8'07
– Se reconnaître dans des symboles – Partie 2	9'20
– La citoyenneté européenne	6'54
– S'engager	5'12
• <b>La protection des libertés : défense et sécurité</b>	
– Les acteurs de la défense et de la sécurité en France : les missions régaliennes de l'État	4'26
– L'armée	6'52
– Gendarmerie et police nationales : sécurité et ordre public	6'37
– La sécurité civile : les sapeurs-pompiers	2'02
– Liberté et sécurité	9'17
– La défense de la France : le prix de la liberté ?	4'56
– S'engager pour la défense et la sécurité	8'34
– En conclusion	2'20
– Quiz	20'00

**Total : 1'57'31**

## 9) Enseignement moral et civique : Liberté et démocratie

• <b>La liberté, nos libertés, ma liberté</b>	
– La liberté : contours historiques et enjeux du concept	10'17
– Des combats pour la liberté à la culture démocratique	9'55
– La liberté face aux défis sociétaux	6'38
• <b>La laïcité</b>	
– Un idéal de concorde	3'11
– Une conquête de l'émancipation laïque, une construction, une histoire – Partie 1	6'49
– Une conquête de l'émancipation laïque, une construction, une histoire – Partie 2	6'57
– Vivre en République française laïque, débats et besoins de repères	5'25
– La laïcité dans le monde du travail	3'05
– En conclusion	3'38
– Quiz	15'00

**Durée du pôle 4 : 13h01**

**Total : 1'10'55**

**Pôle 5 :  
Mathématiques**

**1) Quand on aime, on compte... ou pas**

- Qu'est-ce que les mathématiques ? 7'42
- Pourquoi déteste-t-on les maths ? (Partie 1) 7'01
- Pourquoi déteste-t-on les maths ? (Partie 2) 6'20
- Les maths, c'est toute une histoire ! 9'40

**Total : 32'43**

**2) Les équations du premier degré**

- La mise en équation 5'22
- La résolution d'une équation (Partie 1) 4'12
- La résolution d'une équation (Partie 2) 5'19
- La résolution de problèmes 8'05
- Pour aller plus loin 5'12
  
- Quiz 5'00

**Total : 33'10**

**3) Les fonctions**

- Définition d'une fonction et vocabulaire associé 4'55
- Le tableau de valeurs d'une fonction 5'12
- Analyse des valeurs numériques d'une fonction 4'04
- Construction de la courbe représentative d'une fonction 3'06
- Analyse de la courbe représentative d'une fonction (Partie 1) 3'07
- Analyse de la courbe représentative d'une fonction (Partie 2) 5'15
- Les fonctions linéaires 3'33
- Pour aller plus loin 2'57
  
- Quiz 5'00

**Total : 37'09**

**4) Les probabilités**

- Définitions et calculs 6'28
- Statistiques et probabilités 1'56
  
- Quiz 5'00

**Total : 13'24**

**5) La proportionnalité**

- Introduction 3'20
- Le tableau de proportionnalité (Partie 1) 3'43
- Le tableau de proportionnalité (Partie 2) 4'18
- Utilisation de la proportionnalité : les pourcentages 3'47
- Utilisation de la proportionnalité : les échelles 3'49
- Pour aller plus loin 1'45
  
- Quiz 5'00

**Total : 25'42**

**6) Les statistiques**

- Le classement des données 4'53
- L'utilisation des pourcentages 2'57
- L'extraction des données numériques 3'22
- Représentation graphique 2'33
  
- Quiz 5'00

**Total : 18'45**

**7) La géométrie**

- Les éléments de base de la géométrie plane 6'15
- Les symétries 5'18
- La géométrie du cercle 6'50
- La géométrie du triangle 4'47
- Les triangles particuliers (Partie 1) 4'10
- Les triangles particuliers (Partie 2) 5'51
- La géométrie du quadrilatère (Partie 1) 5'08
- La géométrie du quadrilatère (Partie 2) 3'03
- La géométrie dans l'espace 6'39
  
- Quiz 15'00

**Total : 1'03'01**

**Durée du pôle 5 : 4h29**

**Durée totale : 100'04'50**