

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

République Algérienne Démocratique et Populaire

MINISTRE DE LA FORMATION ET DE L'ENSEIGNEMENT
PROFESSIONNELS



Institut National
de la
Formation et de L'Enseignement
Professionnels

المعهد الوطني
للتكوين و التعليم
المهنيين

Référentiel de Certification
Technicien Supérieur en
Marketing

CODE /TAG 0714

Comité technique d'homologation
Visa N° : TAG 16/07/12

BTS

Niveau V

2013

9 شارع او عمروش محند أولحاج طريق حيدرة سابقا الابيار الجزائر

09 RUE OUAMROUCHE MOHAND OULHADJ EX 09 CHEMIN D'HYDRA EL-BIAR ALGER TEL ☎:(021)92.24.27.92.14.71 FAX ☎ (021)-92.23.18

I- PRESENTATION DE LA SPECIALITE

1-Branche professionnelle : Techniques administratives de gestion

2- Famille de métier :

3- Dénomination de la spécialité : Technicien supérieur en marketing

4- Description de la spécialité

Le professionnel en marketing doit être capable de participer à toutes les activités qui concourent à diriger les produits et les services vers leur marché, afin d'assurer la vente.

- Doit être capable de participer à l'élaboration des différentes stratégies :
- De distribution
- De communication
- De fixation des prix
- De politique de produit

5- Tâches

- Participe à l'élaboration de politique de prix et de produit
- Participe à l'élaboration d'une politique de communication
- Participe à l'élaboration d'une stratégie de distribution
- Participe à la planification des actions commerciales
- Participe à l'étude du marché
- Conçoit une politique de marketing international
- Conçoit une politique de marketing industriel et/ou de service

II – EQUIPEMENT ET MATERIELS UTILISES

1- Machines et matériels utilisés

- Micro-ordinateur avec accessoires
- Logiciel multimédia
- Logiciel bureautique
- Réseau Internet

2- Outils et petits matériels

Matériels et accessoires de bureau

3- Matières d'œuvre

Fournitures de bureau

III – CONDITIONS DE TRAVAIL

1-Eclairage : artificiel et naturel

2-Température : ambiante

3-Poussière : éviter toutes poussières

4-Bruits et vibrations : bureau isolé pour éviter tout bruits et vibrations

5- Risques et maladies professionnelles :

*Maladies professionnelles : Nervosité, stress

*Risques d'accidents : Accident de circulation

6- Contacts sociaux :

*Relations internes : toutes les structures de l'entreprise

*Relations externes :

- Le marché
- Les organisations professionnelles
- Les consommateurs
- Les fournisseurs
- Les sous-traitants
- Organismes sociaux

IV – EXIGENCES DE LA PROFESSION

1- Physique

- Bonne présentation physique (résistance à la fatigue)
- Bonne présentation
- Bonne capacité d'écoute et de persuasion

2- Intellectuelles

- Sens de l'organisation
- Sens de la communication
- Sens des relations humaines
- Sens de discrétion
- Maîtrise de plusieurs langues

3- Contre indications

- Handicap sérieux “bégaiement”
- Maladies nerveuses
- Difficulté à la communication

V- RESPONSABILITE DE L'OPERATEUR

1- Matérielle (équipements, outillage)

- Responsable du matériel qui lui été confié
- Respect des normes de sécurité et d'entretien

2- Décisionnelle (prise de décision)

- Sens de responsabilité
- Esprit d'initiative
- Peu prendre des décisions à son niveau

3- Morale

- Honnêteté (qualité du produit et du service)
- Confidentialité
- Loyauté

4- Sécurité

*Respect des règles d'hygiène et de sécurité relatives aux travaux et aux équipements utilisés

VI – POSSIBILITE DE PROMOTION

1- Cadre réglementaire :

- Voir convention de l'entreprise ou texte réglementaire

2-Accès aux postes supérieurs :

- Par expérience professionnelle
- Par formation spécifique

II – FORMATION

1- Conditions d'admission

- Age minimum : 17 ans
- 3^{ème} AS + test de sélection science ou gestion

2- Durée de la formation

- Trente (30) mois dont six (06) mois de stage en milieu professionnel

3- Niveau de qualification

- Niveau V

4- Diplôme

- Brevet de technicien supérieur en marketing

FICHE DE PRESENTATION DES COMPETENCES PROFESSIONNELLES

<i>Tâches</i>	<i>Compétences professionnelles</i>
T1 : Etude des concepts fondamentaux du marketing	CP1 : Etudier les concepts fondamentaux du marketing
T2 : Etude des techniques d'enquête marketing	CP2 : Etudier les techniques d'enquête marketing
T3 : Etude du comportement du consommateur	CP3 : Etudier le comportement du consommateur
T4 : Elaboration de la stratégie marketing	CP4 : Elaborer la stratégie marketing
T5 : Prospection des marchés étrangers	CP5 : prospecter les marchés étrangers
T6 : Elaboration d'une politique de produit	CP6 : Elaborer une politique de produit
T7 : Elaboration d'une politique de prix	CP7 : Elaborer une politique de prix
T8 : Elaboration d'une politique de communication	CP8 : Elaborer une politique de communication
T9 : Elaboration d'une campagne de publicité	CP9 : Elaborer une campagne de publicité
T10 : Etude de négociation et relations client	CP10 : Etudier la négociation et les relations client
T11 : Elaboration d'une politique de distribution	CP11 : Elaborer une politique de distribution
T12 : Etude des techniques d'aménagement des points de vente	CP12 : Etudier les techniques d'aménagement des points de vente

T13 : Gestion de la force de vente	CP13 : Gérer la force de vente
T14 : Application du marketing dans le domaine industriel	CP14 : Appliquer le marketing dans le domaine industriel
T15 : Application du marketing dans le domaine du service	CP15 : Appliquer le marketing dans le domaine des services

FICHE DE PRESENTATION DES CONNAISSANCES COMPLEMENTAIRES

<i>Disciplines / Domaines</i>	<i>Compétences complémentaires</i>
▪ Environnement économique	▪ Définir l'activité économique et Identifier les différentes structures et fonctions de l'entreprise
▪ Environnement juridique	▪ Identifier les principes et l'ensemble des règles du droit du travail, droit commercial et du droit pénal
▪ Outils de Gestion	<p>* Statistiques descriptives</p> <p>▪ Analyser un résultat obtenu à partir des données recueillies en statistiques.</p> <p>*Mathématiques générales</p> <p>▪ Appliquer les formules mathématiques.</p> <p>*Comptabilité générale</p> <p>▪ Préparer les travaux d'inventaire et déterminer le résultat de l'exercice</p> <p>.</p> <p>*Comptabilité analytique</p> <p>▪ Déterminer les différents coûts et résultats analytique.</p> <p>*Gestion budgétaire</p> <p>▪ Etablir les prévisions budgétaires et élaborer les différents budgets de l'entité.</p> <p>*Mathématiques financières</p> <p>▪ Appliquer les formules de mathématiques financières dans les opérations commerciales</p>
▪ Commerce et documents commerciaux	▪ Identifier les différents types de documents commerciaux
▪ Recherche opérationnelle	▪ Optimiser les décisions marketing
▪ Informatique	▪ Utiliser l'outil informatique et les logiciels spécifiques à la spécialité
▪ Technique d'expression	▪ Appliquer les techniques d'expression orales et écrites
▪ Anglais commercial	▪ Développer l'expression et la compréhension orale et écrite en anglais commercial
▪ Méthodologie	▪ Elaborer un mémoire de fin de stage

FICHE DE DESCRIPTION DE LA COMPETENCE

Enoncé de la compétence (CPI) :

Etudier les concepts fondamentaux du marketing

Eléments de la compétence :

- Définir le marketing
- Définir le concept clés du marketing
- Identifier les différentes démarches marketing
- Identifier les différentes situations de la demande
- Définir et estimer le marché et ses composants
- Adapter l'offre à la demande
- Elaborer un plan marketing
- Etudier la rentabilité
- Analyser le tableau de bord
- Contrôler et suivre la mise en œuvre des actions marketing

Conditions de réalisation :

A partir :

- Notions élémentaires en marketing
- Calcul de la part de marché et du taux de croissance
- Différentes situations de la demande
- La démarche marketing
- Analyse de l'offre et la demande
- Tableau de bord
- Documentation technique et commerciale
- Etude de cas
- Schéma

A l'aide :

- Outil informatique
- Logiciel de la spécialité
- Documentation technique et commerciale
- Etude de cas
- Schéma

Critères de performance :

- Application correcte des concepts du marketing
- Pertinence de la description des concepts de base du marketing
- Respect des concepts de base du marketing
- Exploitation efficace du tableau de bord

FICHE DE DESCRIPTION DE LA COMPETENCE

Enoncé de la compétence(CP2) :

Etudier les techniques d'enquête marketing

Eléments de la compétence :

- Définir les concepts fondamentaux des études de marché
- Recueillir les informations documentaires
- Elaborer une étude quantitative
- Elaborer une étude qualitative
- Identifier les différents panels et leurs fonctionnements

CONDITIONS D'EVALUATION :

A partir de :

- Du système d'information marketing
- Des méthodes statistiques et descriptives
- Résultat de l'étude du marché
- Etudes de cas

A l'aide de :

- Logiciel appropriés
- Outil d'investigation (questionnaire, guide d'entretien)
- Moyens audiovisuels

CRITERES GENERAUX DE PERFORMANCE:

- Bonne exploitation du résultat de l'étude du marché
- Adéquation de la technique choisie en rapport avec l'objectif de l'étude
- Pertinence de l'analyse des résultats

FICHE DE DESCRIPTION DE LA COMPETENCE

Enoncé de la compétence(CP3) :

Etudier le comportement du consommateur

Eléments de la compétence :

- Identifier le comportement du consommateur selon les théories relatives à la consommation
- Identifier les facteurs influençant le comportement du consommateur
- Identifier le consommateur et son processus d'achat

CONDITIONS D'EVALUATION :

A partir de :

- Modèles et théorie relatives à la consommation
- Caractéristiques du consommateur (profil)
- Etapes du processus d'achat
- Etude de cas

A l'aide de :

- Annuaire des entreprises et prospectus
- Fiches de postes
- Organigramme de l'entreprise
- Presse spécialisée
- Vidéo

CRITERES GENERAUX DE PERFORMANCE:

- Respect des techniques d'approche des marchés
- Pertinence des facteurs influençant le comportement du consommateur
- Adéquation des outils d'aide à la prospection par rapport aux objectifs et moyens de l'entreprise

FICHE DE DESCRIPTION DE LA COMPETENCE

Enoncé de la compétence (CP4) :

Elaborer la stratégie marketing

Eléments de la compétence :

- Distinguer la stratégie marketing de la stratégie de l'entreprise
- Définir les concepts de base inhérents à la stratégie
- Différencier la segmentation marketing de la segmentation Stratégique
- Entreprendre une démarche stratégique
- Identifier les différentes étapes d'élaboration d'une stratégie marketing
- Contribuer à la planification marketing

CONDITIONS D'EVALUATION :

A partir de :

- Etude analytique de l'environnement
- Modèles d'analyse du portefeuille d'activité
- Résultats de l'étude de marché
- Etude de cas
-

A l'aide de :

- Outil informatique
- Logiciel y afférent
- Rapports des vendeurs

CRITERES GENERAUX DE PERFORMANCE:

- Adéquation des stratégies aux résultats du diagnostic
- Respect du positionnement de l'entreprise
- Cohérence du plan avec les objectifs prédéfinis

FICHE DE DESCRIPTION DE LA COMPETENCE

Enoncé de la compétence (CP5) :

Prospecter les marchés étrangers

Eléments de la compétence :

- Identifier les conditions d'internalisation
- Déterminer les spécificités du marketing international
- Segmenter le marché étranger
- Réaliser une étude de marché à l'étranger
- Prospecter les marchés à l'étranger
- Adapter le mix à la cible
- Mener une négociation commerciale à l'international

CONDITIONS D'EVALUATION :

A partir de :

- Bases de données
- Etude descriptive des différentes techniques de l'étude de marché
- Différents modes de pénétration des marchés étrangers

A l'aide de :

- Logiciels appropriés
- Carte perceptuelle
- Stands (foires et exposition)

CRITERES GENERAUX DE PERFORMANCE:

- Détermination correcte des techniques de l'étude quantitative
- Pertinence du choix du mode de pénétration
- Fiabilité de l'étude de marché
- Fiabilité de l'information

FICHE DE DESCRIPTION DE LA COMPETENCE

Enoncé de la compétence (CP6) :

Elaborer une politique de produit

Eléments de la compétence :

- Définir le concept produit
- Gérer une gamme de produits
- Adapter un conditionnement approprié au produit et à la cible
- Choisir la marque d'un produit
- Gérer un produit de qualité
- Concevoir un produit nouveau
- Utiliser des techniques de contrôle pour tester le produit

CONDITIONS D'EVALUATION :

A partir de :

- Etude descriptive du produit
- Méthodes de diagnostics
- Normes universels de produits
- Critères de positionnement

A l'aide de :

- L'outil informatique
- Logiciel approprié
- Etude de cas
- Maquette

CRITERES GENERAUX DE PERFORMANCE:

- Description correcte du produit
- Respect des normes universelles
- Cohérence d'adaptation du produit aux besoins
- Fiabilité de l'analyse et pertinence de la décision

FICHE DE DESCRIPTION DE LA COMPETENCE

Enoncé de la compétence (CP7) :

Elaborer une politique de prix

Eléments de la compétence

- Analyser les différents paramètres pour la détermination des prix
- Choisir une méthode pour fixer le prix
- Décider du choix du prix final
- Adopter une tactique tarifaire
- Prendre l'initiative de modifier le prix pour répondre aux réactions de la concurrence

CONDITIONS D'EVALUATION

A partir de :

- Clarification de l'objectif à atteindre à travers la tarification
- Analyse comparative des courbes de la demande
- Calcul du prix de revient couvrant les différents coûts (production, distribution, vente)
- Etude du marché concurrentiel
- Eléments permettant de modifier les prix
- Etude des réactions des acheteurs, concurrents et entreprise à ces modifications
- Lois ou réglementation
- Lignes directrices de l'entreprise

A l'aide de :

- Techniques comptables
- Courbes de la demande
- Relevés des prix dans les points de vente
- Catalogues de prix
- Techniques d'enquête

CRITERES GENERAUX DE PERFORMANCE:

- Pertinence du choix final d'une tarification
- Fiabilité des résultats de l'analyse des différentes méthodes de tarification
- Adéquation du prix fixé avec le ou les objectifs visés
- Adéquation du prix fixé avec la politique générale de tarification de l'entreprise

FICHE DE DESCRIPTION DE LA COMPETENCE

Enoncé de la compétence (CP8) :

Elaborer une politique de communication

Eléments de la compétence :

- Définir les différents concepts de la communication
- Fournir les indices nécessaires à l'élaboration d'une action de communication
- Choisir un moyen de communication
- Définir les différentes stratégies de communication
- Utiliser Conjointement plusieurs canaux de communication

CONDITIONS D'EVALUATION :

A partir de :

- Directives
- Objectifs de la communication
- Processus de communication
- Plan média
- Etude de cas

A l'aide de :

- L'outil informatique
- Supports de communication

CRITERES GENERAUX DE PERFORMANCE:

- Respect du processus de la communication
- Pertinence du choix opéré de la stratégie de la communication
- Evaluation efficace des résultats de l'action

FICHE DE DESCRIPTION DE LA COMPETENCE

Enoncé de la compétence (CP9) :

Elaborer une campagne de publicité

Eléments de la compétence :

- Définir les concepts inhérents à la publicité
- Identifier les différents types de publicité
- Identifier le média le plus adapté à une campagne numérique
- Mettre en place un service interne ou recours à un agent conseil

CONDITIONS D'EVALUATION

A partir de

- Directives
- Objectifs commerciaux, comportementaux et de délais
- Etudes des besoins, motivations, pénétration, des panels et des statistiques
- Plan de campagne publicitaire,
- Infographie
- Méthodes d'évaluation ou de contrôle

A l'aide de

- Techniques de sondage et d'expérimentation
- Supports publicitaires
- Maquette, logiciels (matrice de planification....)
- Schéma de consommation numérique

CRITERES GENERAUX DE PERFORMANCE:

- Adéquation du choix du support publicitaire avec la cible et le budget
- Pertinence du plan d'action publicitaire
- Pertinence ou respect du déroulement du processus publicitaire
- Efficacité du contrôle d'une campagne publicitaire
- Adéquation des résultats avec les objectifs fixés

FICHE DE DESCRIPTION DE LA COMPETENCE

Enoncé de la compétence (CP10) :

Etudier la négociation et les relations clients

Eléments de la compétence :

- Distinguer entre négociation en général et négociation commerciale
- Défendre ses propres intérêts
- Respecter les clauses du contrat
- Entretenir la relation jusqu'à la conclusion du contrat
- Identifier les rapports de force favorable à chaque partenaire
- Appliquer les techniques de négociation selon la dominance
- Définir la typologie des relations possibles entre acheteur/ vendeur en intégrant
- Définir la GRC ou marketing relationnel
- Segmenter la clientèle
- Définir la valeur client
- Fidéliser la clientèle

CONDITIONS D'EVALUATION :

A partir de :

- Objectifs des acteurs négociateurs (acheteurs et vendeurs)
- Conditions commerciales
- Stratégie intégrative ou distributive
- Tactiques de négociation
- Fichier client

A l'aide de :

- Instruments de collecte d'informations
- Méthodes utilisées dans la vente (Aida, dipada, méthode des objectifs)
- Logiciel approprié

CRITERES GENERAUX DE PERFORMANCE:

- Cohérence entre la stratégie de négociation avec les objectifs fixés
- Pertinence des clauses du contrat
- Application correcte des techniques de conduite de la négociation
- Conclusion du contrat
- Définition correcte de la typologie des relations possibles entre acheteur et vendeur
- Définition correcte des concepts de base de la gestion des relations client

Référentiel de Certification

FICHE DE DESCRIPTION DE LA COMPETENCE

Enoncé de la compétence (CP11) :

Elaborer une politique de distribution

Eléments de la compétence :

- Distinguer les circuits des canaux
- Analyser le système de distribution
- Structurer la distribution
- Sélectionner un circuit de distribution
- Déterminer un réseau de distribution
- Sélectionner ou choisir un réseau de distribution
- Gérer un circuit de distribution
- Organiser et mettre en œuvre les techniques de logistique
- Appliquer la réglementation relative à la distribution
- Respecter la réglementation des prix

CONDITIONS D’EVALUATION :

A partir de :

- Critères de choix d’un circuit de distribution
- Exploitation de données mathématiques et comptables, programmation linéaire (R.O), Graphe...
- Etude descriptive des formes de distribution et de la réglementation en vigueur
- Etude descriptive des méthodes de vente et de négociation

A l’aide de :

- Stratégie de distribution
- Techniques d’évaluation des intermédiaires
- Techniques de motivation des intermédiaires
- Mix du distributeur
- Critères de solvabilité, expérience, aptitude
- Code commercial
- Techniques de vente

CRITERES GENERAUX DE PERFORMANCE:

- Mise en œuvre et gestion efficaces du circuit de distribution
- Pertinence des critères de choix du circuit de distribution
- Adéquation du système retenu avec les objectifs visés
- Respect de la réglementation en vigueur

Référentiel de Certification

FICHE DE DESCRIPTION DE LA COMPETENCE

Enoncé de la compétence (CP12) :

Etudier les techniques d'aménagement des points de vente

Eléments de la compétence :

- Etudier les fondements du marketing
- Définir le merchandising du producteur et du distributeur
- Implanter un point de vente
- Structurer un magasin libre service
- Assoir une politique d'assortiment
- Assoir une politique de conditionnement
- Etudier le rayon
- Promouvoir les ventes dans le magasin
- Mettre en valeur les articles dans un magasin

CONDITIONS D'EVALUATION :

A partir de :

- Hypothèses de fréquentation des magasins
- Etude des zones de chalandise
- Hypothèses d'homogénéité des comportements (consommation, répartition équilibrée de la population)
- Etude des linéaires, rayons
- Etude de la perception

A l'aide de :

- Courbes isochrones, graphe de rentabilité
- Techniques comptables
- Loi de Pareto
- Matériel de présentation

CRITERES GENERAUX DE PERFORMANCE:

- Cohérence de l'assortiment
- Pertinence du choix de la zone de chalandise
- Adéquation des techniques d'attraction avec la cible
- Application correcte des techniques de merchandising
- Fiabilité des résultats d'études de la rentabilité

FICHE DE DESCRIPTION DE LA COMPETENCE

Enoncé de la compétence (CP13) :

Gérer la force de vente

Eléments de la compétence :

- Définir la force de vente
- Identifier les principes de mise en place d'une force de vente
- Gérer la FDV

CONDITIONS D'EVALUATION :

A partir de :

- Directives
- Répartition par secteur géographique, par produit, par clientèles et marché
- Objectifs marketing
- Rôles assignés aux vendeurs
- Cas pratiques

A l'aide de :

- Fichiers clients
- Moyens de transport
- Outils (catalogues, échantillon, prospectus, ...)
- Techniques de motivation appropriées à l'entreprise
- Grille d'évaluation

CRITERES GENERAUX DE PERFORMANCE:

- Pertinence de l'organisation des tournées
- Cohérence entre la mise en œuvre de la FDV et les objectifs de l'entreprise
- Adéquation des outils de motivation de la FDV à ceux de l'entreprise
- Efficacité de la gestion de la FDV

FICHE DE DESCRIPTION DE LA COMPETENCE

Enoncé de la compétence (CP14) :

Appliquer le marketing dans le domaine industriel

Eléments de la compétence :

- Identifier et classer les produits industriels
- Identifier et décrire le marché industriel
- Recueillir les informations sur le marché
- Elaborer une politique de produit, prix, distribution et de communication

CONDITIONS D'EVALUATION

A partir de :

- Directives
- Caractéristiques spécifiques de la clientèle professionnelle (industrielle) et des produits industriels
- Techniques spécifiques au milieu industriel
- Procédures de transaction industrielle
- Plan marketing industriel
- Démarche de la qualité, normes internationales

A l'aide de :

- Lois
- Schéma
- Processus
- Logiciel

CRITERES GENERAUX DE PERFORMANCE

- Description exacte ou juste du comportement des utilisateurs
- Fiabilité des informations recueillies sur le marché
- Adéquation des éléments du mix au marché industriel
- Cohérence entre le plan marketing industriel, la cible et les objectifs de l'entreprise

FICHE DE DESCRIPTION DE LA COMPETENCE

Enoncé de la compétence (CP15) :

Appliquer le marketing dans le domaine des services

Eléments de la compétence :

- Définir et classer le service
- Définir la servuction
- Déterminer les éléments du mix marketing des services
- Opérer des choix stratégiques
- Définir la qualité, la qualité des services, les déterminants et les facteurs de non qualité

CONDITIONS D'EVALUATION

A partir de :

- Eléments de la servuction
- Identification du marché cible
- Plan marketing
- Critères de choix d'une stratégie à adapter au service
- Normes internationales
- Analyse des points forts et points faibles en matière de qualité du service

A l'aide de :

- Schéma
- Techniques
- Mesures juridiques
- Indicateurs

CRITERES GENERAUX DE PERFORMANCE:

- Pertinence du choix de la stratégie en adéquation avec les objectifs de l'entreprise de service
- Interprétation correcte des résultats du diagnostic
- Optimisation des déterminants de la qualité de service
- Pertinence des indicateurs utilisés pour mesurer l'efficacité de la qualité du service
- Optimisation de la satisfaction des utilisateurs à travers le S.A.V

FICHE DE DESCRIPTION DE LA COMPETENCE COMPLEMENTAIRE

Enoncé de la compétence (CCI) :

Préparer les travaux d'inventaire et déterminer le résultat de l'exercice.

Eléments de la compétence :

- Présenter l'entreprise et le rôle de comptabilité
- Expliquer le principe du bilan
- Expliquer le fonctionnement du compte actif et passif
- Etudier les comptes du SCF
- Expliquer le principe de la partie double
- décrire le cycle comptable

CONDITIONS DE REALISATION :

A partir de :

- Statut de création de l'entité
- Règlementation en vigueur
- Organigramme de l'entité
- Règlementation interne en matière de l'inventaire physique
- Etudes de cas

A l'aide de :

- Outil informatique
- Ressources logicielles bureautiques et comptables
- Pièces justificatives
- Documents comptables « balance avant inventaire, relevé bancaire, fichier d'investissement, fichier stocks, porte feuille des titres financiers
- Système comptable financier (SCF)
- Calculatrice

CRITERES GENERAUX DE PERFORMANCE:

- Application correcte des principes comptables financiers
- Conformité stricte aux dispositions du SCF
- Interprétation correcte des textes réglementaires
- Respecte des procédures et méthodes de travail interne
- Exactitude des calculs et des traitements
- Qualité et cohérence des documents comptables utilisés
- Utilisation correcte de l'outil informatique
- Respect des règles de présentation

FICHE DE DESCRIPTION DE LA COMPETENCES COMPLEMENTAIRE

Enoncé de la compétence (CC2) :

Déterminer les différents coûts et résultats analytique.

Eléments de la compétence :

- Comparer entre la comptabilité financière et la comptabilité analytique d'exploitation
- Evaluer les stocks
- Calculer les différents coûts

CONDITIONS DE REALISATION :

A partir de :

- Informations comptables et financières
- Fiches de stocks
- Textes règlementaires en matière d'inventaire des stocks
Procédures de calcul des coûts
- Etudes de cas

A l'aide de :

- Documentation interne
- SCF
- Outil informatique
- Logiciel approprié
- Calculatrice

CRITERES GENERAUX DE PERFORMANCE:

- Interprétation correcte des données comptables en matière de charges à supporter
- Exactitude des calculs
- Pertinence des méthodes de calcul des coûts
- Rigueur dans la mise en œuvre des outils d'analyse des coûts
- Application correcte des procédures de calcul des coûts
- Bonne utilisation de l'outil informatique

FICHE DE DESCRIPTION DE LA COMPETENCES COMPLEMENTAIRE

Enoncé de la compétence (CC3) :

Etablir les prévisions budgétaires et élaborer les différents budgets de l'entité.

Eléments de la compétence :

- Identifier les différentes étapes de la gestion budgétaire
- Elaborer le budget de vente
- Elaborer le budget de production
- Elaborer le budget des approvisionnements (achats)
- Elaborer le budget des investissements et le plan de financement
- Elaborer le budget de la trésorerie
- Elaborer le tableau de bord de l'entité

CONDITIONS DE REALISATION :

A partir de :

- Directives
- Objectifs de l'entité
- Situation de la concurrence
- Etudes de cas

A l'aide de :

- Outil informatique
- Logiciel approprié
- Documents de travail
- Calculatrice

CRITERES GENERAUX DE PERFORMANCE:

- Cohérence dans l'élaboration des différents budgets
- Qualité des documents élaborés
- Respect de la démarche méthodologique de l'élaboration des différents budgets
- Utilisation rationnelle des informations internes et externes
- Respect des objectifs et des contraintes de l'argumentation
- Utilisation correcte de l'outil informatique

FICHE DE DESCRIPTION DE LA COMPETENCE COMPLEMENTAIRE

Enoncé de la compétence (CC4) :

Appliquer les formules mathématiques.

Eléments de la compétence :

- I
 - Identifier les notions de base des mathématiques générales
 - Etudier les équations et les inéquations
 - Etudier les fonctions numériques
 - Etudier les suites

CONDITIONS DE REALISATION :

A partir de :

- Base de données
- Formules mathématiques générales
- Exercices pratiques
- Application professionnelle
-

A l'aide de :

- Outil informatique
- Logiciel approprié
- Calculatrice scientifique

CRITERES GENERAUX DE PERFORMANCE:

- Pertinence des informations collectées
- Application juste des formules mathématiques
- Esprit d'analyse
- Exactitude des calculs
- Fiabilité des résultats obtenus

FICHE DE DESCRIPTION DE LA COMPETENCE COMPLEMENTAIRE

Enoncé de la compétence (CC5) :

Analyser un résultat obtenu à partir des données recueillies en statistiques.

Eléments de la compétence :

- Identifier les notions de base de la statistique
- Calculer les différents paramètres de position
- Calculer les différents paramètres de dispersion

CONDITIONS DE REALISATION :

A partir de :

- Base de données
- Formules statistiques descriptives
- Exercices pratiques
- Application professionnelle

A l'aide de :

- Outil informatique
- Logiciel de statistiques (SPSS)
- Calculatrice scientifique

CRITERES GENERAUX DE PERFORMANCE:

- Pertinence des informations collectées
- Application juste des formules statistiques
- Esprit d'analyse
- Exactitude des calculs
- Fiabilité des résultats obtenus

FICHE DE DESCRIPTION DE LA COMPETENCE COMPLEMENTAIRE

Enoncé de la compétence (CC6) :

Utiliser l'outil informatique et les logiciels spécifiques à la spécialité

Eléments de la compétence :

- Identifier les différents composants d'un micro ordinateur
- Identifier des différents concepts clés de l'informatique
- Définir les systèmes d'exploitation
- Utiliser le logiciel de traitement de texte (word)
- Utiliser le logiciel excel
- Utiliser le logiciel approprié à l'activité
- Utiliser un réseau internet pour la recherche

CONDITIONS DE REALISATION :

A partir de :

- Base de données
- Directives
- Application professionnelle

A l'aide de :

- Outil informatique
- Ressources logicielles bureautique et de gestion
- Supports numériques
- Documentation relative au métier

CRITERES GENERAUX DE PERFORMANCE:

- Utilisation correcte de l'outil informatique et de logiciels de travail
- Pertinence des sources d'information
- Faculté de raisonnement logique
- Esprit d'initiative
- Sens de responsabilité
- Respect de la démarche d'exploitation
- Respect des règles de présentation des documents
- Rapidité d'exécution

FICHE DE DESCRIPTION DE COMPETENCES COMPLEMENTAIRE

Enoncé de la compétence (CC7) :

Définir l'activité les fondements de l'activité économique et identifier les différentes structures et fonctions de l'entreprise

Eléments de la compétence :

- Définir les fondements de l'activité économique
- Identifier les différentes structures de l'entreprise
- Caractériser les principales fonctions de l'entreprise
- Comparer entre les différentes formes d'entreprises

CONDITIONS DE REALISATION :

A partir de :

- Etude économique
- Etude de marchés
- Organigramme de l'entité
- Statut de l'entité
- Etude de cas

A l'aide de :

- Documentation économique et commerciale
- Outil informatique
- Sites Web

CRITERES GENERAUX DE PERFORMANCE:

- Bonne connaissance de l'environnement économique
- Pertinence de la définition de l'entité
- Cohérence dans la distinction des différentes formes de l'organisation de l'entité
- Identification correcte des différentes structures et fonctions de l'entité

FICHE DE DESCRIPTION DES COMPETENCES COMPLEMENTAIRES

Enoncé de la compétence (CC8) :

Identifier les principes et l'ensemble des règles du droit de travail, droit commercial et du droit pénal

Eléments de la compétence :

- Identifier le cadre légal qui régit la relation employeur/employé
- Définir les actes de commerce
- Appliquer les différentes opérations relatives au fonds de commerce
- Définir la propriété et l'exploitation au fonds de commerce
- Définir et classer les différentes infractions
- Définir la procédure pénale

CONDITIONS D'EVALUATION :

A partir de :

- Directives
- Textes réglementaires
- Statut de l'entité
- Notions théoriques du cours
- Code pénal et réglementaire
- Etudes de cas

A l'aide de :

- Outil informatique
- Documentation juridique
- Supports d'information
- Réseau internet

CRITERES GENERAUX DE PERFORMANCE:

- Interprétation correcte des textes réglementaires
- Repérage correct des informations régissant chaque situation
- Adaptabilité aux situations traitées
- Définition et classement correct des différentes infractions
- Respect des procédures légales du droit pénal
- Application correcte des différentes opérations relatives au fonds de commerce
- Pertinence de la définition de la propriété et l'exploitation du fonds de commerce

FICHE DE DESCRIPTION DE LA COMPETENCE COMPLEMENTAIRE

Enoncé de la compétence (CC9) :

Optimiser les décisions marketing

Eléments de la compétence :

- Définir la programmation linéaire
- Définir la programmation dynamique
- Identifier les méthodes d'optimisation des coûts
- Définir les critères de choix des investissements
- Rentabiliser les investissements

Conditions de réalisation :

A partir de :

- Directives
- Méthodes scientifiques d'optimisation des coûts
- Critères de choix des investissements
- Des critères de choix des investissements
- Des supports d'informations
- Modèles mathématique
- Etude de cas

A l'aide :

- Documentation technique et commerciale
- D'un micro-ordinateur
- D'un logiciel approprié

Critères de performance :

- Définition correcte de la programmation linéaire
- Définition correcte de la programmation dynamique
- Identification juste des méthodes d'optimisation des coûts
- Pertinence de la définition des critères de choix des investissements
- Choix adéquat des outils pour résoudre les problèmes de prise de décision
- Respect de la démarche scientifique utilisée
- Utilisation correcte de l'outil informatique

FICHE DE DESCRIPTION DE LA COMPETENCE COMPLEMENTAIRE

Enoncé de la compétence (CC10) :

Appliquer les formules de mathématiques financières dans les opérations commerciales

Eléments de la compétence :

- Calculer un escompte
- Calculer l'équivalence des effets
- Calculer les intérêts simples
- Calculer les intérêts composés
- Rentabiliser les investissements

CONDITIONS DE REALISATION :

A partir de :

- Base de données
- Documents comptables et financiers
- Formules mathématiques financières
- Application professionnelle

A l'aide de :

- Outil informatique
- Logiciel approprié
- Calculatrice scientifiques
- Table financière

CRITERES GENERAUX DE PERFORMANCE:

- Pertinence des informations collectées
- Application juste des formules mathématiques financières
- Esprit d'analyse
- Exactitude des calculs
- Fiabilité des résultats obtenus

FICHE DE DESCRIPTION DE LA COMPETENCE COMPLEMENTAIRE

Enoncé de la compétence (CC11) :

Identifier les différents types de documents commerciaux

Eléments de la compétence :

- Identifier les différents documents relatifs à la commande, à la livraison et au paiement
- Etablir les différents documents de travail
- Exploiter les différents documents relatifs à la spécialité

CONDITIONS DE REALISATION:

A partir de :

- Règles et procédures de travail
- Documents commerciaux
- Opération commerciale

A l'aide de :

- Outil informatique
- Logiciel approprié
- Calculatrice

CRITERES GENERAUX DE PERFORMANCE:

- Identification correcte des informations afférentes à chaque document
- Cohérence dans l'interprétation de chaque document
- Présentation soignée des documents
- Identification correcte des documents commerciaux
- Interprétation juste des concepts techniques et commerciaux
- Bonne connaissance en calcul arithmétique
- Respect des méthodes et procédures de travail

FICHE DE DESCRIPTION DE LA COMPETENCE COMPLEMENTAIRE

Enoncé de la compétence (CC12) :

Appliquer les techniques d'expression françaises orales et écrites

Eléments de la compétence :

- Etudier et analyser un texte
- Identifier les différentes formes de lettres
- Rédiger un courrier administratif et commercial

CONDITIONS DE REALISATION :

A partir de :

- Etude de textes
- Consignes particulières
- Eléments d'informations et modèles de lettre
- Simulation
- Jeux de rôle
- Fiche technique

A l'aide de :

- Outil informatique
- Supports d'informations
- Documentation technique et commerciale

CRITERES GENERAUX DE PERFORMANCE:

- Application correcte des techniques d'expression orale et écrite
- Capacité de la lecture avec un grand degré d'autonomie
- Vocabulaire riche et actif
- Rédaction correcte du courrier
- Respect des règles de présentation des documents
- Pertinence des sources d'information

FICHE DE DESCRIPTION DE COMPETENCE COMPLEMENTAIRE

Enoncé de la compétence (CC13) :

Maitriser son vocabulaire en Anglais commercial et développer le langage nécessaire pour communiquer correctement en Anglais.

Eléments de la compétence :

- S'initier à l'anglais commercial
- Acquérir les connaissances interculturelles pour échanger à l'international
- Adapter les échanges au contexte de vente en anglais
- Préparer la négociation commerciale en anglais

CONDITIONS DE REALISATION :

A partir de :

- Documents professionnels en anglais
- Entrainement par le biais des jeux de rôle et discussions
- Simulation
- Mise en situation
- Application professionnelle
- Méthodes de communication en anglais
- Supports pédagogiques
- Des exemples concrets

A l'aide de :

- Supports pédagogiques
- Outils de référence
- Outil informatique
- Logiciel approprié
- Réseau Internet

CRITERES GENERAUX DE PERFORMANCE:

- Bonne connaissance de base en anglais
- Application correcte des termes et concepts en anglais commercial
- Lecture et interprétation juste des documents en anglais
- Adaptation du comportement à la situation, au contexte et au besoin de l'efficacité professionnelle
- Qualité langagière conforme aux usages professionnels en anglais

FICHE DE DESCRIPTION DE LA COMPETENCE COMPLEMENTAIRE

Enoncé de la compétence (CC14) :

Elaborer un mémoire de fin de formation

Eléments de la compétence :

- Définir la problématique
- Utiliser la démarche méthodologique la démarche méthodologique
- Suivre le déroulement du stage
- Rédiger le mémoire de fin d'étude
- Préparer la soutenance

CONDITIONS D'EVALUATION :

A partir de :

- Directives de l'encadreur et du promoteur
- Documentation méthodologique et technique
- Questionnaire

A l'aide de :

- Outil informatique
- Réseau Internet
- Site Web

CRITERES GENERAUX DE PERFORMANCE:

- Pertinence du choix du sujet
- Bonne expression orale et écrite
- Respect des étapes de rédaction d'un mémoire
- Bonne définition de la problématique
- Esprit d'initiative
- Sens de responsabilité
- Bonne expression orale et écrite
- Esprit d'analyse de synthèse et d'organisation

**TABEAU DE MISE EN RELATION DES COMPETENCES PROFESSIONNELLES
ET DES COMPETENCES COMPLEMENTAIRES**

<div>Compétences Professionnelles</div> <div>Compétences Complémentaires</div>	Environnement économique	Environnement juridique	Outils de gestion	Documents commerciaux	Recherche opérationnelle	Informatique	Techniques d'expression françaises	Anglais commercial	Méthodologie
- Etude des concepts fondamentaux du marketing	X	X	X	X	X	X	X	X	
- Etude des techniques d'enquête marketing	X	X	X	X	X	X	X	X	
- Etude de comportement du consommateur	X	X	X	X	X	X	X	X	
- Elaboration de la stratégie marketing	X	X	X	X	X	X	X	X	
- Prospection des marchés étrangers	X	X	X	X	X	X	X	X	
- Elaboration d'une politique de produit	X	X	X	X	X	X	X	X	
- Elaboration d'une politique de prix	X	X	X	X	X	X	X	X	
- Elaboration d'une politique de communication	X	X	X	X	X	X	X	X	
- Elaboration d'une campagne de publicité	X	X	X	X	X	X	X	X	
- Etude de négociation et relation client	X	X	X	X	X	X	X	X	
- Elaboration d'une politique de distribution	X	X	X	X	X	X	X	X	
- Etude des techniques d'aménagement des points de vente	X	X	X	X	X	X	X	X	
- Gestion de la force de vente	X	X	X	X	X	X	X	X	
- Application du marketing dans le domaine industriel	X	X	X	X	X	X	X	X	
- Application du marketing dans le domaine des services	X	X	X	X	X	X	X	X	

Recommandations :

Il serait souhaitable de reformuler l'intitulé des compétences professionnelles, afin de les lancer en tant que modules de formation dans le programme d'étude.

<i>Compétences professionnelles</i>	<i>Modules de formation</i>
- Etude des concepts fondamentaux du marketing	- Concepts fondamentaux du marketing
- Etude des techniques d'enquête marketing	- Techniques d'enquête marketing
- Etude du comportement de consommateur	- Comportement du consommateur
- Elaboration de la stratégie marketing	- Stratégie marketing
- Prospection des marchés étrangers	- Prospection des marchés étrangers
- Elaboration d'une politique de produit	-Politique de produit
- Elaboration d'une politique de prix	-Politique de prix
- Elaborer une politique de communication	- Politique de communication
- Elaboration d'une campagne de publicité	- Campagne de publicité
- Etude de négociation et relation client	-Négociation et relation client
-Etude d'une politique de distribution	-Politique de distribution
- Etude des techniques d'aménagement des points de vente	- Techniques d'aménagement des points de vente
- Gestion de la force de vente	- Gestion de la force de vente
- Application du marketing dans le domaine industriel	- Marketing industriel
- Application du marketing dans le domaine des services	- Marketing des services