

**MINISTÈRE DE LA COMMUNAUTÉ FRANÇAISE**

**ENSEIGNEMENT DE LA COMMUNAUTÉ FRANÇAISE**

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

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

**ENSEIGNEMENT SECONDAIRE ORDINAIRE DE PLEIN EXERCICE**

**HUMANITÉS PROFESSIONNELLES ET TECHNIQUES**

**ENSEIGNEMENT PROFESSIONNEL**

**7<sup>e</sup> ANNÉE COMPLÉMENTAIRE**

**SECTEUR : ÉCONOMIE**

**GROUPE : GESTION**

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

***COMPLÉMENT EN TECHNIQUES DE VENTE***

**328/2008/249**

## AVERTISSEMENT

Le présent programme est d'application à partir de l'année scolaire 2008-2009, en 7<sup>e</sup> année professionnelle complémentaire.

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

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

Il peut en outre être imprimé au format PDF.

## TABLE DES MATIERES

<b>INTRODUCTION : LA 7 PB COMPLEMENT EN TECHNIQUES DE VENTE</b>	<b>4</b>
---	----------

---

<b>PROGRAMME DU COURS DE TECHNIQUES DE VENTE</b>	<b>6</b>
--	----------

---

Considérations méthodologiques spécifiques .....	7
Objectifs généraux du cours .....	9
Tableau récapitulatif .....	10
<b>Module 1</b> Je suis salarié .....	11
<b>Module 2</b> Je suis indépendant .....	13
<b>Module 3</b> Je vends .....	16
Exemples de situations d'apprentissage .....	19
Bibliographie - webographie .....	21

<b>PROGRAMME DU COURS D'ETALAGE – PROMOTION DES MARCHANDISES</b>	<b>22</b>
--	-----------

---

Considérations méthodologiques spécifiques .....	23
Tableaux .....	29
<b>Module 1</b> Identifier les différents types d'étalages et leur impact commercial .....	29
<b>Module 2</b> Concevoir et réaliser un projet de vitrine et/ou d'étalage intérieur en fonction d'une demande .....	32
<b>Module 3</b> Réaliser des étalages et promouvoir des produits ou des services dans les limites d'un budget alloué et d'un temps limité .....	35
Situations d'apprentissage .....	39
Bibliographie .....	41

<b>PROGRAMME DU COURS DE SECRETARIAT – BUREAUTIQUE</b>	<b>42</b>
<b>Organisation du programme d'études</b> .....	43
<b>Considérations méthodologiques spécifiques</b> .....	44
<b>Infrastructure et équipement</b> .....	48
<b>Module 1</b> L'accueil en face en face .....	49
<b>Module 2</b> La communication téléphonique .....	51
<b>Module 3</b> Traitement de texte-Bureautique .....	53
Les outils de communication	
<b>Situations d'apprentissage</b> .....	56
<b>Bibliographie</b> .....	59

# LA 7<sup>°</sup> PB COMPLEMENT EN TECHNIQUES DE VENTE

## Généralités

### 1. Les 7<sup>es</sup> qualifiantes

La formation correspond à un métier identifié par un Profil de qualification (PQ) lié à un Profil de formation (PF). Elle est différente de celle suivie au 3<sup>e</sup> degré et elle conduit à l'acquisition de compétences correspondant à un autre métier.

Il existe des 7<sup>es</sup> techniques qualifiantes et des 7<sup>es</sup> professionnelles qualifiantes.

La 7<sup>e</sup> technique qualifiante conduit à la délivrance du certificat de qualification (CQ7) et du certificat d'études de 7<sup>e</sup> année de l'enseignement secondaire technique.

La 7<sup>e</sup> professionnelle qualifiante conduit à la délivrance du certificat d'enseignement secondaire supérieur et du certificat de qualification (CQ7) de la 7<sup>e</sup> année de l'enseignement secondaire professionnel.

### 2. Les 7<sup>es</sup> complémentaires

*La formation ne correspond pas à un métier identifié par un profil de qualification (PQ), ni par un profil de formation (PF). Elle apporte un complément de compétence au certificat de qualification de 6<sup>e</sup> année, un perfectionnement qui ne correspond pas à un nouveau métier.*

Il existe des 7<sup>es</sup> techniques complémentaires et des 7<sup>es</sup> professionnelles complémentaires.

La 7<sup>e</sup> technique complémentaire conduit à la délivrance du certificat d'études de 7<sup>e</sup> année et d'une attestation de compétences complémentaires au certificat de qualification de 6<sup>e</sup> année.

La 7<sup>e</sup> professionnelle complémentaire conduit à la délivrance du certificat d'enseignement secondaire supérieur et d'une attestation de compétences complémentaires au certificat de qualification de 6<sup>e</sup> année qui a permis l'accès à la 7<sup>e</sup> année. **La 7<sup>e</sup> PB Complément en techniques de vente rentre dans cette catégorie.**

### 3. La 7<sup>e</sup> professionnelle de type C conduit à la délivrance du certificat d'enseignement secondaire supérieur.

## Accès à la 7<sup>°</sup> PB Complément en techniques de vente

Cette 7<sup>e</sup> complémentaire est classée semi-ouverte (S-O). Elle est accessible aux élèves qui ont terminé avec fruit :

- la 6<sup>e</sup> TQ Technicien commercial/Technicienne commerciale ;
- la 6<sup>e</sup> P Vendeur/Vendeuse ;
- la 6<sup>e</sup> P Vendeur-retoucheur/Vendeuse-retoucheuse.

Les élèves doivent en outre avoir obtenu le certificat de qualification au terme de la 6<sup>e</sup> année.

### **Accès aux études supérieures**

Les élèves qui terminent avec fruit une 7<sup>e</sup> année professionnelle de type B ont accès aux études supérieures de type court comme de type long.

### **Objectifs**

1. La 7<sup>e</sup> PB Complément en techniques de vente a pour objectif de perfectionner, de peaufiner et de prolonger les compétences acquises :
  - au 3<sup>e</sup> degré P, dans l'option Vendeur/Vendeuse ;
  - au 3<sup>e</sup> degré P, dans l'option Vendeur-retoucheur/Vendeuse-retoucheuse ;
  - au 3<sup>e</sup> degré TQ, dans l'option Technicien commercial/Technicienne commerciale.
2. Elle permet aux apprenants, qui ne l'ont pas encore, d'obtenir leur certificat d'enseignement secondaire supérieur ; ce qui constitue non seulement un pas important dans la recherche d'un emploi, mais aussi une plus-value sociale et humaine.
3. Elle donne accès, pour ceux qui n'en disposent pas encore, au certificat de *Connaissances de gestion*. Le futur vendeur pourra donc à l'issue de sa 7<sup>e</sup> faire montre de ses capacités soit en tant que salarié pour le compte d'un patron ou à titre d'indépendant en créant sa propre entreprise.
4. Le maintien d'une formation globale permettra aux élèves de devenir des citoyens responsables, capables de s'intégrer harmonieusement dans une société démocratique empreinte de solidarité et de tolérance.

### **Grille-horaire**

COURS	ATTRIBUTION	H/S
Techniques de vente	Sciences économiques	8
Etalage-promotion des marchandises	Arts plastiques	8
Secrétariat bureautique	Bureautique	2

**PROGRAMME DU COURS DE :**

**TECHNIQUES DE VENTE**

**8 périodes hebdomadaires**

## CONSIDERATIONS METHODOLOGIQUES SPECIFIQUES

- ❑ Les contenus d'apprentissage sont obligatoires.
- ❑ Il appartient au professeur de croiser les compétences et les contenus de la manière la plus appropriée pour atteindre les objectifs du programme. L'enseignant a donc une grande liberté pédagogique. Par contre il lui est imposé de pratiquer une méthodologie active, c'est-à-dire basée sur une activité réelle de tous les élèves (travail individuel ou travail de groupes).
- ❑ Le développement de compétences repose sur la mise de l'élève en situation d'apprentissage et sur les tâches à accomplir qui en résultent. Il incombe, par conséquent, à l'enseignant de :
  - proposer des **activités significantes** pour l'apprenant ;
  - laisser le **temps nécessaire** pour les effectuer ;
  - fournir les **ressources indispensables** à la résolution des problèmes posés.
- ❑ L'apprentissage peut découler de l'action : c'est le but de la **pédagogie par projet**. Celle-ci oblige les apprenants à planifier, à réaliser un travail mais aussi à nouer des contacts extérieurs.

*Cette pédagogie particulièrement signifiante dans l'enseignement professionnel vise le développement de compétences transversales et disciplinaires.*

- ❑ Une période de cours/semaine correspond à environ 22 périodes de cours/année effectives (hors évaluation certificative et événements parascolaires).

*Il convient, par conséquent, de ne pas être exagérément ambitieux et de circonscrire les objectifs à atteindre.*

**L'évaluation formative**, quant à elle, est incluse dans l'espace-temps disponible.

- ❑ L'évaluation certificative sera variée tant dans la forme des questions que dans les objectifs visés. En outre, les différents niveaux taxonomiques seront représentés. L'évaluation doit être l'image fidèle de la démarche et de la stratégie mises en place par le professeur.
- ❑ La gestion du temps est un problème traditionnel de l'enseignant. La tenue d'un **cahier de matières prévisionnel** doit lui permettre de répartir les contenus à aborder sur les périodes de cours dont il dispose en tenant compte de la démarche qu'il envisage de suivre (pour rappel, une méthode incitative et participative exige beaucoup plus de temps qu'un enseignement exclusivement transmissif !).
- ❑ Les différents modules ont été conçus selon une progression pédagogique qu'il convient de respecter. Il est donc requis d'aborder les modules **dans l'ordre prévu dans le programme**.



La méthodologie dans les classes du 3<sup>e</sup> degré de l'enseignement professionnel est particulièrement importante.

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

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

- ❑ Du matériel, du mobilier, des fournitures de bureau et l'organisation d'une classe-atelier sont indispensables si l'on veut un enseignement qui soit le reflet de la réalité et non une simulation inadéquate.
- ❑ Le recours à des supports méthodologiques est indispensable : contrats, codes juridiques, articles de presse, revues diverses, statistiques, ...
- ❑ L'ouverture sur le monde extérieur et l'actualité doit également être assurée, notamment par des visites d'entreprise et par la lecture de la presse (articles, publicités, ...en rapport avec le cours).

## OBJECTIFS GENERAUX DU COURS

- ❑ Maîtriser le vocabulaire spécifique et les mécanismes relatifs à l'environnement social et juridique dans lequel le citoyen est impliqué.
- ❑ Comprendre et interpréter certaines dispositions spécifiques au droit social et au droit commercial.
- ❑ Prendre conscience des droits et des devoirs du travailleur et de l'indépendant.
- ❑ Résoudre des situations-problèmes relatives au droit social et au droit commercial.
- ❑ Comprendre les mécanismes comptables.
- ❑ Résoudre des situations-problèmes simples mettant en œuvre des concepts fiscaux tels que la déclaration fiscale et la TVA.
- ❑ Prendre conscience de l'importance du relationnel dans le métier de vendeur.
- ❑ Cerner les modalités de fonctionnement des différentes méthodes de vente.
- ❑ Prendre conscience du rôle du vendeur :
  - dans le processus de vente ;
  - dans le circuit de distribution.
- ❑ Maîtriser les outils nécessaires pour :
  - approcher le client ;
  - convaincre le client.
- ❑ Prendre conscience de l'importance :
  - de la tenue ;
  - de la présentation ;
  - de l'expression orale et écrite.
- ❑ Contribuer à l'image de marque du magasin.
- ❑ Montrer l'impact d'une action promotionnelle sur les ventes d'un magasin.

## **TABLEAU RECAPITULATIF**

### **MODULE 1 : JE SUIS SALARIE**

- 1.1. Je souscris un contrat de travail.
- 1.2. Je suis en conflit avec mon employeur.
- 1.3. Mon contrat est suspendu.
- 1.4. Mon contrat prend fin.
- 1.5. Je bénéficie d'avantages sociaux.
- 1.6. Je m'implique dans la vie sociale de l'entreprise.
- 1.7. Je m'informe des règles spécifiques à mon secteur d'activité

### **MODULE 2 : JE SUIS INDEPENDANT**

- 2.1. Je décide d'exercer une activité commerciale.
- 2.2. Je choisis mon type d'activité.
- 2.3. Je finance mes activités.
- 2.4. Je loue un local commercial.
- 2.5. Je contracte des assurances.
- 2.6. J'achète, je vends.
- 2.7. J'effectue, je reçois des paiements.
- 2.8. Je tiens ma comptabilité.
- 2.9. Je remplis mes obligations fiscales.

### **MODULE 3 : JE VENDS**

- 3.1. Je construis un schéma d'observation d'un magasin.
- 3.2. J'analyse un magasin.
- 3.3. Je réalise une action promotionnelle.
- 3.4. J'étudie des formes d'animation commerciale.
- 3.5. Je gère un linéaire.
- 3.6. J'analyse un questionnaire.
- 3.7. Je construis un questionnaire d'enquête commerciale.
- 3.8. Je construis un argumentaire comparatif.
- 3.9. J'observe les techniques d'accueil d'un vendeur et l'entretien de vente.
- 3.10. J'applique les techniques observées.

**Exemples de situations d'apprentissage : cf. pages 19 et 20**

## MODULE 1 : JE SUIS SALARIE

Compétences à maîtriser (CM)	Contenus d'apprentissage	Indicateurs de maîtrise
<p><b>1.1. Je souscris un contrat de travail</b></p> <p>Analyser un contrat de travail.</p>	<p>La formation. L'exécution.</p>	<p>L'élève sera capable d'identifier les éléments essentiels d'un contrat de travail.</p>
<p><b>1.2. Je suis en conflit avec mon employeur</b></p> <p>Déterminer le tribunal compétent.</p>	<p>Le monde judiciaire et les différentes juridictions.</p>	<p>A l'aide d'une série d'articles de presse, l'élève sera capable de construire le schéma des juridictions.</p>
<p><b>1.3. Mon contrat est suspendu</b></p> <p>Identifier les causes de suspension.</p>	<p>La suspension de l'exécution du contrat.</p>	<p>A partir de jugements du Tribunal ou de la Cour du travail et/ou d'articles juridiques, l'élève sera capable de déterminer les causes et les effets d'une suspension de contrat.</p>
<p><b>1.4. Mon contrat prend fin</b></p> <p>Résoudre des cas pratiques de rupture du contrat.</p>	<p>La fin du contrat.</p>	<p>Sur la base de cas pratiques, l'élève sera capable d'identifier les causes de rupture du contrat.</p>

Compétences à maîtriser (CM)	Contenus d'apprentissage	Indicateurs de maîtrise
<p><b>1.5. Je bénéficie d'avantages sociaux</b></p> <p>Distinguer les régimes de sécurité sociale.</p>	<p>La structure et le fonctionnement de l'ONSS.</p> <p>La sécurité sociale des indépendants.</p>	<p>L'élève sera capable de dresser, à partir de documents émanant de l'ONSS et de la presse, l'organigramme de cette institution.</p> <p>A l'aide d'informations collectées auprès d'un Secrétariat social, l'élève sera capable de comparer le régime de sécurité sociale de l'indépendant à celui du travailleur salarié.</p>
<p><b>1.6. Je m'implique dans la vie sociale de l'entreprise</b></p> <p>Identifier les spécificités des différentes instances sociales internes à l'entreprise.</p>	<p>La délégation syndicale.</p> <p>Le conseil d'entreprise.</p> <p>Le CPPT (Comité pour la Prévention et la Protection du Travail).</p>	<p>Au départ d'articles de presse et/ou de procès-verbaux de réunions, l'élève sera capable de déterminer le rôle des instances sociales de l'entreprise.</p>
<p><b>1.7. Je m'informe des règles spécifiques à mon secteur d'activité</b></p> <p>Justifier le rôle et le fonctionnement de la commission paritaire.</p>	<p>Les commissions paritaires.</p> <p>Les conventions collectives.</p>	<p>L'élève sera capable d'analyser une convention collective du travail afin d'en identifier ses implications sociales.</p>

## MODULE 2 : JE SUIS INDEPENDANT

Compétences à maîtriser (CM)	Contenus d'apprentissage	Indicateurs de maîtrise
<p><b>2.1. Je décide d'exercer une activité commerciale</b></p> <p>Rassembler et exploiter les informations qui permettent d'effectuer les choix judicieux en matière d'activité commerciale.</p>	<p>Le commerçant. Les actes de commerce.            La capacité juridique.            Les conditions d'accès pour les étrangers.            Les régimes matrimoniaux, le mariage, le divorce.            Les lois d'accès à la profession.            La constitution du dossier d'entreprise.            Le choix de la forme juridique, y compris la franchise.</p>	<p>Lors d'une rencontre avec une personne-ressource (notaire, avocat, commerçant) ou d'une visite d'un guichet d'entreprise, l'élève sera capable de collecter des informations concernant l'ouverture d'une activité commerciale.</p>
<p><b>2.2. Je choisis mon type d'activité</b></p> <p>Collecter, traiter, analyser et synthétiser des informations.</p>	<p>Le choix du produit ou du service.            L'étude de marché.            La raison sociale, le logo.            La localisation.            Le permis d'installation.</p>	<p>L'élève sera capable de réaliser une petite étude de marché.</p>

Compétences à maîtriser (CM)	Contenus d'apprentissage	Indicateurs de maîtrise
<p><b>2.3. Je finance mes activités</b></p> <p>Elaborer un budget en utilisant les diverses sources de financement.</p>	<p>Le plan financier. Les sources de financement. Les mesures d'aides. L'endettement.</p>	<p>A l'occasion d'une rencontre avec une personne –ressource (un banquier par exemple), l'élève sera capable d'appréhender les différentes modalités d'un financement.</p>
<p><b>2.4. Je loue un local commercial</b></p> <p>Analyser un contrat de bail.</p>	<p>Les baux : le bail à loyer, le bail commercial (y compris l'état des lieux).</p>	<p>L'élève sera capable d'effectuer un état des lieux d'un local.</p>
<p><b>2.5. Je contracte des assurances</b></p> <p>Analyser des contrats d'assurance.</p>	<p>L'assurance incendie. L'assurance en responsabilité civile. L'assurance accident de travail. L'assurance protection juridique. L'assurance revenu garanti. L'assurance vie.</p>	<p>L'élève sera capable d'identifier les risques principaux liés à l'exercice d'une activité commerciale, d'en évaluer les coûts et d'effectuer les choix qui s'imposent en matière de couverture desdits risques.</p>

Compétences à maîtriser (CM)	Contenus d'apprentissage	Indicateurs de maîtrise
<p><b>2.6. J'achète, je vends</b></p> <p>Identifier et analyser des documents commerciaux. Recueillir et analyser des informations à propos des pratiques de commerce et de la stratégie commerciale.</p>	<p>Les documents commerciaux. Les pratiques de commerce. La stratégie commerciale.</p>	<p>L'élève sera capable de compléter des documents commerciaux et de constituer un dossier (articles de presse, Internet, ...) relatif aux pratiques de commerce et à la stratégie commerciale.</p>
<p><b>2.7. J'effectue, je reçois des paiements</b></p> <p>Choisir le moyen de paiement le plus adéquat et contrôler ses encaissements.</p>	<p>Les modes et instruments de paiement.</p>	<p>L'élève sera capable de compléter des documents de paiement et contrôler les extraits de compte.</p>
<p><b>2.8. Je tiens ma comptabilité</b></p> <p>Etre capable de tenir une comptabilité.</p>	<p>La gestion des stocks. La comptabilité simplifiée. Eléments de comptabilité en partie double. Utilisation de l'outil informatique.</p>	<p>A partir d'une série de documents commerciaux, l'élève sera capable de tenir les fiches de stocks et une comptabilité simplifiée et/ou en partie double. L'élève sera capable d'utiliser l'outil informatique dans le cadre d'activités simples.</p>
<p><b>2.9. Je remplis mes obligations fiscales</b></p> <p>Pouvoir compléter correctement les documents fiscaux.</p>	<p>La déclaration à la TVA. La déclaration fiscale. Le statut du conjoint aidant.</p>	<p>Au départ d'une situation concrète, l'élève sera capable de :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. remplir une déclaration TVA ;</li> <li>2. remplir une déclaration fiscale ;</li> <li>3. tenir compte du statut du conjoint aidant.</li> </ol>



## MODULE 3 : JE VENDS

Compétences à maîtriser (CM)	Contenus d'apprentissage	Indicateurs de maîtrise
<p><b>3.1. Je construis un schéma d'observation d'un magasin</b></p> <p>Elaborer un document de synthèse à partir d'écrits spécialisés.</p>	<p>Les critères d'implantation des rayons d'un magasin, d'attractivité et de facteurs d'ambiance.</p>	<p>Au départ d'articles de la presse professionnelle ou d'ouvrages spécialisés, l'élève sera capable de construire un schéma-type d'observation de magasin.</p>
<p><b>3.2. J'analyse un magasin</b></p> <p>Rassembler et exploiter des informations en vue d'une analyse critique.</p>	<p>Les modalités d'application des critères d'implantation des rayons d'un magasin, d'attractivité et de facteurs d'ambiance, en fonction des différents types de commerce.</p>	<p>Après une visite de magasin, l'élève sera capable de compléter un schéma-type et de synthétiser les données recueillies et les comparer aux critères étudiés.</p>
<p><b>3.3. Je réalise une action promotionnelle</b></p> <p>Elaborer un plan d'action. Evaluer ses résultats.</p>	<p>Les techniques de promotion. L'évaluation d'une action promotionnelle.</p>	<p>A l'occasion d'une manifestation scolaire (fête de l'école, souper, pièce de théâtre, journée portes ouvertes, mini-entreprise, ...), l'élève sera capable de concevoir une campagne promotionnelle.</p>

Compétences à maîtriser (CM)	Contenus d'apprentissage	Indicateurs de maîtrise
<p><b>3.4. J'étudie des formes d'animation commerciale</b></p> <p>Juger la pertinence de techniques mises en œuvre.</p>	<p>Les techniques d'animation. L'évaluation d'une action d'animation.</p>	<p>A l'occasion d'une foire commerciale, l'élève sera capable de recenser et d'analyser les différentes techniques d'animation.</p>
<p><b>3.5. Je gère un linéaire</b></p> <p>Distinguer la gestion du linéaire en fonction du type de magasin.</p>	<p>La gestion du linéaire en fonction du type de magasin.</p>	<p>Dans le cadre d'une visite, l'élève sera capable d'observer et d'analyser le signalétique du linéaire, la disposition et le contrôle de l'état marchand des produits :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- dans un magasin spécialisé (vêtements, électroménager, ...)</li> <li>- dans un grand magasin.</li> </ul>
<p><b>3.6. J'analyse un questionnaire</b></p> <p>Identifier les principes de construction d'un questionnaire d'enquête.</p>	<p>Les rôles du questionnaire d'enquête commerciale.</p>	<p>A partir d'un questionnaire d'enquête commerciale, l'élève sera capable d'induire les buts recherchés par l'entreprise, par exemple :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- le profil du consommateur ;</li> <li>- la politique de produit ;</li> <li>- la politique de service ;</li> <li>- les aspects du magasin à améliorer ;</li> <li>- ...</li> </ul>

Compétences à maîtriser (CM)	Contenus d'apprentissage	Indicateurs de maîtrise
<p><b>3.7. Je construis un questionnaire d'enquête commerciale</b></p> <p>Elaborer un questionnaire.</p>	<p>Les critères d'élaboration d'un questionnaire d'enquête commerciale en fonction du type de magasin ou du type de produit.</p>	<p>L'élève sera capable de construire un questionnaire d'enquête commerciale en collaboration avec un point de vente.</p>
<p><b>3.8. Je construis un argumentaire comparatif</b></p> <p>Elaborer une stratégie en vue de convaincre un client.</p>	<p>L'argumentaire comparatif.</p>	<p>Sur la base de la fiche technique de 2 ou 3 produits de marques concurrentes, l'élève sera capable de construire un argumentaire comparatif.</p>
<p><b>3.9. J'observe les techniques d'accueil d'un vendeur et l'entretien de vente</b></p> <p>Exploiter une grille d'observation.</p>	<p>Les techniques d'accueil. L'entretien de vente.</p>	<p>En recourant, sur site, à une personne-ressource (vendeur), l'élève sera capable de recenser les différentes techniques de vente (accueil des clients, entretien de vente).</p>
<p><b>3.10. J'applique les techniques observées</b></p> <p>Appliquer une procédure apprise.</p>	<p>Les techniques d'accueil. L'entretien de vente.</p>	<p>Dans le cadre d'un jeu de rôles ou lors des stages, l'élève sera capable d'accueillir des clients et de conclure une vente.</p>

## EXEMPLES DE SITUATIONS D'APPRENTISSAGE

### MODULE 1 : JE SUIS SALARIE

1. Jean est engagé en qualité de vendeur (salarié) dans la biscuiterie « Petit Roi ». Il est contacté par un délégué syndical qui lui demande de s'affilier à son organisation. Il hésite car il ne perçoit pas l'utilité d'un tel engagement et se renseigne auprès de vous. Décrivez-lui le rôle des instances sociales de l'entreprise et plus particulièrement celui du(des) syndicat(s).
2. Jean se demande de quels avantages il bénéficiera à la suite de l'accouchement de son épouse.

### MODULE 2 : JE SUIS INDEPENDANT

1. Jeux de rôles

Les élèves sont divisés en trois groupes :

- 1<sup>er</sup> groupe : des aspirants indépendants qui se renseignent sur les formalités juridiques et administratives à accomplir pour l'ouverture d'une activité (à définir avec précision).
  - 2<sup>e</sup> groupe : des employés de banque chargés de conseiller les personnes du premier groupe sur les possibilités de prêts offerts par leur établissement financier.
  - 3<sup>e</sup> groupe : des représentants des pouvoirs publics (Région Wallonne, Région Bruxelloise, ...) qui les informeront des aides pour jeunes entrepreneurs.
2. Sébastien souhaite prendre en location un local commercial en vue d'installer son activité d'indépendant. Il se demande en quoi le bail que lui propose le propriétaire est différent de celui qu'il a signé pour son habitation.

## MODULE 3 : JE VENDS

1. Je suis chef de rayon dans un grand magasin et le patron me charge d'organiser l'espace de vente et de mettre en valeur les produits en préparation d'une fête.

Les élèves seront répartis en quelques groupes en fonction du type de produits à promouvoir.

Exemples :

- le rayon confiserie en vue de la fête de Pâques ;
  - le rayon jouets en préparation de la Saint-Nicolas ;
  - ...
2. Monsieur Lefort, chef du rayon hygiène d'une grande surface, se rend compte que le chiffre d'affaires mensuel baisse régulièrement. Il te demande de rédiger un questionnaire d'enquête pour en comprendre les causes et ensuite y remédier.

## BIBLIOGRAPHIE

### Editions Casteilla

SAMMUT E. – Activités de TIC pour les professionnels de la vente – Série Bac Pro Vente, 2004.

VAIREZ R. – Prospection et suivi de clientèle/mercatique - Série Bac Pro Vente, 2007.

VAIREZ R. – VOCACOM – 2006.

### Editions Foucher

Collection Les professionnels de la vente – Série Bac Pro Commerce

FOYER N. et al. – Animer tome unique – 2007.

FOYER N. et al. – Gérer tome unique – 2007.

LEBORGNE P. et al. – Vendre tome unique – 2007.

LEBORGNE P. et al. – Vendre Animer – 2005.

ROCHE P. et al. – Gérer Animer – 2005.

### Divers

GLOTIN E. et REFABERT C. – Animer, gérer, vendre – Editions Fontainepicard, dernière édition.

AGBOTON J-M. et al. – Informatique par les documents – Editions Nathan, 2006.

CHAUSSON A. et al. – Vente Bac Pro, tomes 1 et 2 – Editions Nathan, 2006.

## WEBOGRAPHIE

<http://www.plpvente.fr/> édité par Foucher – on peut y télécharger diverses ressources, des extraits de manuels, des articles et des reportages sur l'actualité de la vente.

<http://www.apvinfo.com/> association des professeurs de vente (ressources pédagogiques, diaporamas, boîtes à outils, travaux de collègues, fiches pratiques, cours en ligne, ...).

<http://bepvam.en-action.org/> site spécialisé dans la vente action marchande (présentation des nouveaux manuels, diaporamas, activités pratiques,...).

<http://www3.ac-nancy-metz.fr/cnr-mercatique-vente/Joomla/index.php> Centre National Ressources Mercatique-Vente.

<http://coursdevente.free.fr/index.htm> Le Site des Profs de Vente et de Commerce propose des cours en ligne ainsi que des sujets d'examen.

<http://listes.education.fr/wws/info/ecogestactu> Ecogest@actu est un bulletin électronique (diffusé par messagerie sur abonnement libre) qui propose régulièrement aux professeurs d'économie-gestion, et plus largement à toute personne intéressée, les informations sur l'actualité de cette discipline en privilégiant un éclairage par les TIC.

<http://ecogestlp.ac-rouen.fr/techcomm/SPIP/sommaire.php3> Site de l'Académie de Rouen sur la gestion commerciale et la vente.

## **PROGRAMME DU COURS**

### **D'ETALAGE – PROMOTION DES MARCHANDISES**

**8 périodes hebdomadaires**

## CONSIDERATIONS METHODOLOGIQUES SPECIFIQUES

### 1. CADRE GENERAL

**Comme pour les deux autres cours spécifiques de cette option, le présent programme a été élaboré dans la continuité du profil de formation de « Vendeur-Vendeuse » et notamment de sa fonction 5, qu'il répartit en 3 « modules » de formation.**

Il reprend donc - généralement et en les développant - les compétences, les savoirs et savoir-faire cités dans le profil de formation sous le critère « compétences à maîtriser » (**C.M.**), mais aussi certaines compétences classées **C.E.F.** et **C.E.P.** (*compétences à exercer mais dont la maîtrise ne pouvait être certifiée à l'issue de l'épreuve de qualification, soit parce qu'elle ne sera acquise qu'après une formation ultérieure, soit en stage, soit parce qu'elle ne peut être acquise qu'au cours de l'activité professionnelle elle-même*), qu'il prévoit de classer ici en **C.M.**.

Etablis dans un ordre à la fois logique et chronologique, les **modules** repris ci-après laissent à l'enseignant une certaine liberté pédagogique ; en élaborant le planning de son cours, celui-ci devra donc avoir soin d'organiser l'acquisition progressive des compétences en intriquant judicieusement les éléments ici repris sous des fonctions distinctes.

L'attention du professeur est aussi attirée sur le fait que ce document réclame une perpétuelle **adaptation à l'évolution du métier et des techniques**, visant à inculquer, tant chez l'élève que chez le professeur, une réelle et indispensable disponibilité au changement.

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

**Aux directions d'école**, il indique qu'un enseignement professionnel ne peut se concevoir sans un minimum de moyens en locaux et en matériel si l'on veut donner corps à l'ambition qu'implique logiquement la méthodologie de la C.C.P.Q. et satisfaire le monde économique réclamant des collaborateurs performants.

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

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



## 2. OBJECTIFS GENERAUX DU COURS D'ETALAGE - PROMOTION DES MARCHANDISES

**Si la fonction essentielle du vendeur/de la vendeuse consiste évidemment à vendre, on constate que toutes les missions que lui conférerait le profil de formation supposent implicitement qu'il assure la valorisation de ce qu'il vend. Dans un certain nombre de cas, la présentation optimale de la marchandise est confiée à des étalagistes professionnels. Dans beaucoup d'autres, en échange, c'est le vendeur ou la vendeuse qui doit assumer ce rôle soit de manière permanente, soit par intermittence.**

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

Il vise à

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

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

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

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

**L'objet de ce cours en 7<sup>e</sup> année** consistera donc à **assurer et à affiner les compétences** théoriques et pratiques - **déjà exercées, voire maîtrisées en 5<sup>e</sup> et 6<sup>e</sup>** - permettant au vendeur de mettre en valeur et donc de promouvoir la marchandise.

Pour rappel, ces compétences visent :

- la pratique du dessin permettant l'expression correcte du projet sous forme de croquis d'étalage en perspective et/ou en plan ;
- la structuration de la pensée plastique au plan théorique dans le domaine des formes, des couleurs et des matières ainsi que de la mise en application judicieusement orientée de ces notions vers les finalités de l'option ;
- la compréhension du sens et des techniques générales de la publicité et du lettrage ;
- le goût de l'information, de la recherche et du renouvellement ;
- la compétence permettant d'assurer la mise en scène et la présentation valorisante des produits et accessoires qui apparaissent à l'étalage ou dans les rayons (emballages-cadeaux, techniques d'accrochage, de drapé, éclairage,...) ;
- l'aptitude à résoudre un certain nombre de problèmes particuliers posés par la présentation de produits n'appelant pas une compétence poussée (secteur alimentaire, parfumerie, droguerie, linge de maison, etc...) ;
- la connaissance, la mise en œuvre et la maîtrise progressive d'un certain nombre d'outils et de matériaux en usage dans la profession ;
- la capacité à constituer des dossiers de documentation, à élaborer et à maîtriser les données d'un projet ;

- la réalisation de petits éléments d'étalage respectueux des proportions et du caractère des vitrines.

### 3. ARTICULATIONS METHODOLOGIQUES

#### 3.1. Mise à niveau

Il convient d'abord de rappeler que l'accès à cette 7<sup>e</sup> Complémentaire est normalement prévu pour des élèves issus :

- soit d'un 3<sup>e</sup> Degré Technique de Qualification (O.B.G. « Technicien commercial/Technicienne commerciale »),
- soit d'un 3<sup>e</sup> Degré Professionnel (O.B.G. « Vendeur-retoucheur/Vendeuse-retoucheuse »),
- soit d'un 3<sup>e</sup> Degré Professionnel (O.B.G. « Vendeur/Vendeuse »).

En ce qui concerne le cours d' « Etalage-Promotion des marchandises », l'idéal serait un passage préalable par un 3<sup>e</sup> degré « Vendeur/Vendeuse » où - ce cours étant déjà prévu à la grille horaire (à raison de 6 heures/semaine) - l'élève y aurait acquis ou au moins exercé la plupart des compétences reprises au présent programme. Il sera donc nécessaire, d'une part, de s'assurer de ces acquis - en effet, même si les matières et les compétences reprises ont été vues et/ou exercées, il ne s'ensuit pas qu'elles ont toutes été assimilées - et, d'autre part, d'opérer une sérieuse remise à niveau de ceux qui proviennent d'autres horizons.

La configuration de la classe pouvant s'avérer ainsi très hétérogène, le professeur devra apprécier la situation pour, soit individualiser son enseignement en direction des élèves inexpérimentés, soit travailler par groupes de manière à assurer la formation spécifique visée aux plans technologique et pratique. Pour inconfortable que soit cette situation, très fréquente dans l'enseignement technique et professionnel, on ne saurait s'y dérober.

#### 3.2. Philosophie de la formation

La 7<sup>e</sup> année aborde de plain-pied l'exercice du métier sous de multiples aspects liés au calendrier, à la nature des marchandises et aux lieux de présentation de celle-ci. Quelles que soient les circonstances et les présentations, il importera de toujours ramener l'élève aux concepts fondamentaux cités plus haut (visibilité, unité, simplicité, originalité, propreté et rigueur, renouvellement) dès qu'il sera question d'aborder concrètement la pratique de l'étalage.

Le professeur veillera aussi à constamment fonder les acquis théoriques sur des réponses directes à des situations-problèmes, sur des observations face à des étalages réels ou proposés par l'élève et sur l'expérimentation.

Généralement attribué à un professeur d'arts plastiques, le cours d'Etalage-Promotion des marchandises, même s'il fait appel à des compétences plastiques à valeur générale, porte pourtant bien ailleurs pour sa part essentielle.

Ceci signifie que les enseignant(e)s - et en particulier les jeunes nouvellement désignés dans de telles sections - doivent consentir immédiatement des efforts importants pour adapter leurs objectifs et leur méthodologie en les articulant sur des situations immédiatement en rapport avec l'orientation professionnelle poursuivie.

La pratique de l'étalage implique l'usage d'accessoires et de matériaux très divers dont il n'est pas toujours possible de disposer dans le cadre des budgets scolaires. Le professeur veillera à se montrer créatif en usant de matériaux, ustensiles et objets de récupération. Pour chaque secteur de marchandise - notamment pour le textile - l'élève sera lui-même associé à la réunion des éléments dont il est amené à assurer la présentation.

Dans une **perspective professionnelle**, le professeur requerra progressivement un maximum de soin et un respect exact des délais dans l'exécution des travaux.

Présentées dans un ordre aussi logique que possible, les compétences visées dans les chapitres suivants ne s'acquerront pour la plupart pas une à une mais de manière spiralaire (en revenant toujours sur les mêmes notions et par approfondissement). Le professeur ne cherchera donc pas à épuiser un chapitre avant de passer à l'autre mais à créer des situations d'enseignement permettant peu à peu les acquisitions nécessaires.

Bien que la chose aille de soi compte tenu des éléments matériels à mettre en œuvre, l'attention des Chefs d'établissement est attirée sur la nécessité de disposer à l'horaire de périodes de cours regroupées.

Il est essentiel enfin que l'élève dispose de référentiels et de notes synthétisant sous forme de textes et d'images l'essentiel de ce qu'il doit connaître.

#### **4. LES MOYENS**

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

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

##### **4.1. La charge des écoles : l'infrastructure et le matériel de base :**

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

- De la peinture au latex + colorants acryliques, marqueurs aquarellables, du matériel de base de décoration.

#### 4.2. La réserve de marchandises :

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

Il est par ailleurs nécessaire de réunir des gammes d'emballages qui, dans un esprit de cohérence, seraient limitées à des gammes précises et complètes. Il ne servirait, par exemple, à rien de disposer d'une ligne d'emballages et de flacons d'un grand nombre de parfums différents.

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

Quelques suggestions :

- Produits de soin et parfums de marque.
- Bouteilles particulières (sodas, vins, alcools,...).
- Pâtes alimentaires, chocolats et biscuits, ballotins de pralines.
- Boîtes métalliques de différents formats (café, lait bébé, etc...).

N.B. : Le caractère marqué de certains emballages (forme, couleur, etc...) doit naturellement influencer ce choix.

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

#### 4.3. La part de l'élève :

Il semble raisonnable que l'élève participe à l'effort d'équipement collectif, notamment pour le matériel et les petits outils qu'il est individuellement appelé à mettre en œuvre. En matière de présentation de vêtements, il lui reviendra d'assurer la collecte de ceux dont il aura besoin.

### 5. LES HABITUDES PROFESSIONNELLES

Il convient de **structurer toute séquence d'enseignement sur des impératifs rigoureusement professionnels.**

Ceux-ci visent notamment :

1. Les contraintes formelles : respect des demandes du client.
2. Les contraintes techniques.
3. Les contraintes financières : limitation éventuelle des moyens ; économie des matières et de la main d'œuvre, etc...
4. Les exigences de maintenance : outre l'élémentaire respect civique, social et moral du matériel collectif, celui-ci doit être inventorié, remisé et régulièrement entretenu.

Ces différents impératifs contribuent à définir le projet et/ou l'exercice. Ils interviennent forcément lors de l'évaluation.

#### 5.1. Sécurité et hygiène :

Le respect des règles élémentaires de sécurité (en matière électrique, de maniement et de stockage des produits), d'hygiène et environnementales doit non seulement se traduire dans les faits et les habitudes mais aussi faire l'objet de réflexions ponctuelles. Le professeur saisira donc toute occasion propice à cet effet.

Ces règles générales sont reprises dans la législation (Règlement général pour la Protection du Travail [RGPT] et code du Bien-Etre au Travail). Il en est fait état régulièrement dans le périodique trimestriel édité par le Secrétariat général du Ministère de la Communauté française et intitulé : « Sécurité et bien-être ».

## 5.2. Droits d'auteur :

Les enseignants veilleront à respecter eux-mêmes et à faire respecter par leurs élèves les prescriptions légales en matière de droits d'auteur, tant dans l'utilisation didactique habituelle de documents privés (reproductions, fichiers numériques,...) que pour l'intégration dans des créations personnelles susceptibles d'être diffusées à l'extérieur de l'école.

## 5.3. Travaux pour tiers :

On veillera aussi à respecter, dans ce domaine et le cas échéant, la réglementation prévue par l'Arrêté royal du 12 février 1976 fixant les conditions auxquelles les objets produits ou les services rendus par un établissement d'enseignement peuvent être aliénés ou loués.

## 5.4. Les stages en entreprise (insertion professionnelle) :

Comme dans tout enseignement professionnel, certaines compétences pourront être évaluées au travers d'un stage en entreprise - dont la forme et l'organisation dépendent du projet d'établissement.

Pour ces stages, il est recommandé

- d'être particulièrement attentif à **l'intérêt éducatif présenté par l'entreprise accueillante** :
  - qualité, disponibilité, compétence, puissance psychologique du tuteur ;
  - intérêt, technicité et nouveauté du travail pour l'élève ;
  - variété des tâches à l'intérieur d'un même stage ou entre les différents stages effectués par l'étudiant, etc... ;
- de laisser à l'élève le soin de **prendre tous les contacts préalables** (situation du demandeur d'emploi) et d'effectuer toutes les démarches qui accompagnent le stage ;
- de **visiter régulièrement les élèves** en cours de stage et de recourir à des procédures rigoureuses d'évaluation formative (carnet de stage, auto-évaluation, rédaction de rapports, relevé des acquis, échange des expériences, etc...).

**La tutelle et le suivi des stages** sont idéalement collectifs (de même que la mise au point des épreuves de certification et/ou de qualification).

**MODULE 1 : Identifier les différents types d'étalages et leur impact commercial.**

Compétences à maîtriser	Contenus d'apprentissage	Indicateurs de maîtrise
<p><b>1.1. Reconnaître les différents types d'espaces promotionnels et leurs accessoires et comparer leurs spécificités (avantages et limites)</b></p>	<p><b>Observer, différencier et nommer les types d'étalage et d'implantations hors-vitrine :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- les étalages de plancher, de comptoir, de vitrine, de gondole, de tête de banc, de linéaire ;</li> <li>- les étalages promotionnels, saisonniers,... ;</li> <li>- les structures fixes et mobiles de l'étalage ; l'étalage fermé ou ouvert.</li> </ul> <p><b>Observer et différencier les catégories de mannequins, de présentoirs, de supports et d'accessoires :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- les supports courants à l'étalage (socles, pieds, porte-dépliants, mains, cônes, escaliers, têtes, cintres, penderies, bustes, torses, étagères, mannequins ;</li> <li>- les accessoires décoratifs (paravents, tulles, voiles, feutrines, paniers, tableaux, plantes, colonnes, éléments insolites, etc...) ;</li> <li>- la P.L.V. hors vitrine, les implantations « en grille », de biais ou libres (caractéristiques, avantages et inconvénients) ;</li> <li>- les étalages intérieurs et les « coins » particuliers (ambiance jeune, par exemple) ;</li> <li>- les rangements (effets de masse et de vide, pêle-mêle pour les liquidations) ;</li> </ul>	<p>A partir de critères donnés et expliqués, par une observation in situ ou à l'aide de photographies, l'apprenant(e) identifie, analyse et porte un jugement argumenté sur différents étalages (vitrines, rayons, linéaires, présentoirs, etc...), la manière dont ils concrétisent les principes de composition, leur impact visuel.</p> <p>L'apprenant(e) identifie les types de mannequins correspondant à différentes techniques de présentation.</p>

	<p>- les « points chauds » (croisements, articles à prix rond près de la caisse, etc...).</p> <p><b>Observer et analyser les moyens d'éclairage :</b></p> <p>- les types d'éclairage (incandescence, néon, halogène...) ;  - l'ambiance créée (chaude/froide, dure ou douce, artificielle ou naturelle) ;  - l'intensité (quantité, concentration relative, etc...).</p>	
<p><b>1.2. Reconnaître les pensées structurant l'organisation d'étalages commerciaux</b></p>	<p><b>Reconnaître les principaux buts et critères commerciaux liés à l'étalage :</b></p> <p>- les <u>buts</u> de l'étalage ; l'étalage comme lien direct entre la publicité et la vente ;  - les <u>critères essentiels</u> : simplicité, sobriété ; représentativité de l'assortiment présenté ; choix des produits associés et complémentaires ; mise en situation d'utilisation ; exploitation d'un thème, d'une histoire ; mise en évidence de symboles ; respect du trajet visuel, etc...</p> <p><b>Dégager les pensées plastiques mises en jeu :</b></p> <p>- les notions liées</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• à l'espace : point de vue, position de la ligne d'horizon, symétrie/asymétrie, hauteur et profondeur, surface et volume ;</li> <li>• à la forme intrinsèque : proportions de l'objet, caractère allongé/ramassé, lourd/léger ;</li> <li>• au rapport avec les objets environnants, proportions, symétrie/asymétrie, compacité, correspondance, rythme, points forts, étagement des masses, zones de repos, ... ;</li> <li>• à la psychologie et à la symbolique des formes : lourdes/légères, élancées/trapues, agressives/molles, etc... ;</li> </ul>	<p>L'apprenant(e) assure la promotion de la marchandise en tenant compte de problèmes relatifs à :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- l'espace : proportions et caractères de la vitrine, symétrie/asymétrie, position du spectateur, mise en scène, hauteur et profondeur, espaces spécifiques aux diverses marchandises, etc... ;</li> <li>- la forme : rapports de formes, étagement des masses, proportions relatives, correspondances, similitude, parallélisme, rythme, perpendicularité, points forts, psychologie des formes, etc... ;</li> <li>- la couleur : rapports des couleurs, des valeurs et des surfaces ; effets psychologiques, etc... ;</li> <li>- la matière et la texture : caractères physiques (dureté, mollesse, souplesse, etc...) et sensibles des matériaux et des effets de surface, etc... ;</li> <li>- la lumière : naturelle ou artificielle, chaude, froide, concentrée ou non, etc...</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• aux valeurs et aux couleurs (théorie des couleurs, organisations diverses, dominante et contraste, psychologie élémentaire liée aux saisons, aux conventions, etc...) ;</li> <li>• aux matériaux et aux textures (dureté, lourdeur, souplesse, effets de surface, patines, etc...) ;</li> </ul> <p>- l'expression de la couleur dans ses rapports aux saisons, à l'ambiance (fêtes, étalage de notoriété, etc...), à la marchandise présentée.</p> <p><b>Identifier les ambiances et les styles de décoration :</b></p> <p>- les styles (Antiquité, Moyen-âge, Classique, 1900, Art-déco, Contemporain, ...).</p> <p><b>Identifier les techniques décoratives :</b></p> <p>- la décoration dans l'étalage : rôle, rapports à la marchandise, aspect insolite éventuel, techniques particulières (le trompe-l'œil, les patines, les imitations de matériaux,...).</p>	
<p><b>1.3. Se tenir au courant de l'évolution des tendances en matière de mode, d'étalage, de stylisme</b></p>	<p><b>Se constituer une documentation personnelle :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- les catalogues des firmes et fournisseurs ;</li> <li>- les revues, les périodiques spécialisés ;</li> <li>- les sites Internet, les émissions de TV.</li> </ul> <p>Visiter des lieux de vente de genres et de secteurs variés :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- les magasins, foires et salons.</li> </ul>	<p>L'apprenant(e) gère efficacement la constitution et le recours à une documentation adéquate et régulièrement mise à jour.</p>



**MODULE 2 : Concevoir et réaliser un projet de vitrine et/ou d'étalage intérieur en fonction d'une demande.**

<p><b>2.1. Analyser les données du projet</b></p>	<p>Lire ou écouter et comprendre les données et les analyser sur les plans commercial, technique et esthétique :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- les données <u>objectives</u> : produits à mettre en vitrine, disposition des lieux, état des surfaces, thématique retenue, contraintes temporelles, budget ;</li> <li>- les données <u>subjectives</u> : souhaits du commerçant, idées et valeurs à promouvoir.</li> </ul>	<p>L'apprenant(e) établit correctement un document classant les données relatives :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ au travail à réaliser ;</li> <li>▪ à sa destination ;</li> <li>▪ à l'intention à exprimer ;</li> <li>▪ aux contraintes à respecter.</li> </ul>
<p><b>2.2. Concevoir et organiser les espaces de promotion en fonction d'intentions structurantes liées thématiquement</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• aux saisons ;</li> <li>• aux fêtes locales, religieuses ou civiles ;</li> <li>• à l'actualité ou aux événements ;</li> <li>• au genre de magasin (sport, classique, etc...);</li> <li>• aux lieux suggérés (gare, mer, jardin public, voyage, etc...).</li> </ul>	<p>Explorer les possibilités offertes par la thématique retenue et réaliser des avant-projets sommaires permettant d'expliquer son point de vue :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- mise en œuvre cohérente des moyens plastiques et des techniques publicitaires à l'égard de la composition, de l'organisation de l'espace, de la couleur, des masses et proportions, de l'éclairage ;</li> <li>- notion de rangement systématique (piles, alignement, rythme, etc...);</li> <li>- notion de groupement symétrique ;</li> <li>- notion de groupement asymétrique (équilibre, direction, poids visuel, tension) ;</li> <li>- notions de point d'attaque ou d'attraction, d'étagement des masses, de composition pyramidale, de rapports entre les vides et les pleins ;</li> <li>- dominante et contraste (formes, couleurs, textures, lignes, etc...);</li> <li>- vide/plein, zones animées/zones de repos.</li> </ul>	<p>A partir de consignes relatives aux intentions de promotion, l'apprenant(e) propose différentes idées d'étalages ; il (elle) justifie son (ses) projet(s) en fonction de l'intention à exprimer, du type de promotion ; il(elle) comprend ce que veut dire point d'attaque ou point fort.</p> <p>Il(Elle) établit des rapports entre les formes utilisées, peut étagé correctement ses masses, jouer de correspondances, de similitudes et du rythme.</p> <p>Il(Elle) choisit et assemble ses éléments en fonction d'une intention colorée.</p>

<p><b>2.3. Réaliser un croquis perspectif, un plan d'implantation et une maquette sommaire de manière à assurer la communicabilité du projet</b></p>	<p>Connaître et maîtriser des techniques de croquis à main levée :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- les règles de la perspective (centrale et oblique) ;</li> <li>- la représentation suivant les vues classiques (plan, élévation) ;</li> <li>- les règles simples de cotation ;</li> <li>- les notions d'échelle.</li> </ul> <p>Connaître et maîtriser des techniques de dessin assisté par ordinateur (DAO) :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- les techniques de dessin et de mise en évidence (couleur, ombre,...) ;</li> <li>- les fonctions de base d'un logiciel de DAO (représentations en plan, en élévation, en perspective).</li> </ul> <p>Réaliser des maquettes :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- la représentation en 3 dimensions (confection d'une maquette avec divers matériaux simples, par découpage, assemblage, collage,...).</li> </ul>	<p>L'apprenant(e) est capable de présenter ses idées sous forme de croquis, de plans ou de maquettes suffisamment clairs, précis et soignés.</p>
<p><b>2.4. Sélectionner le matériel (mannequins, présentoirs, accessoires)</b></p>	<p>Choisir les vêtements correspondant à la taille du mannequin, au style du magasin et aux promotions en cours :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- la taille respective des mannequins et des vêtements et accessoires ;</li> <li>- les perruques et les accessoires vestimentaires ;</li> <li>- les noms de couleurs employés spécifiquement en coiffure (auburn, henné, acajou, etc...).</li> </ul> <p>Déterminer l'emplacement du (des) mannequin(s) en fonction de l'espace disponible, de l'environnement, de l'éclairage, de la silhouette et du mouvement du mannequin :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- les mouvements et attitudes ;</li> <li>- le style de présentation ;</li> <li>- le genre d'éclairage.</li> </ul>	<p>L'apprenant(e) choisit adéquatement les types de mannequins, présentoirs et accessoires correspondant au projet retenu.</p>

<p><b>2.5. Chiffrer les coûts de réalisation</b></p>	<p>Estimer le temps nécessaire à la réalisation :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- le temps nécessaire à l'aménagement, à la création de décors.</li> </ul> <p>Estimer le coût de la réalisation :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- le prix de revient des matériaux ;</li> <li>- le coût des accessoires et des décors ;</li> <li>- l'amortissement éventuel du matériel ;</li> <li>- la consommation globale de l'éclairage ;</li> <li>- le coût éventuel des déplacements ;</li> <li>- la durée de la promotion.</li> </ul>	<p>L'apprenant(e) fait une estimation fiable des coûts de réalisation du projet. Tous les éléments à mettre en oeuvre sont identifiés et quantifiés. Le temps nécessaire à la réalisation est correctement évalué.</p>
--	--	--

**MODULE 3 : Réaliser des étalages et promouvoir des produits ou des services dans les limites d'un budget alloué et d'un temps limité.**

<p><b>3.1. Disposer le matériel choisi (mannequins, présentoirs, accessoires, marchandises) en fonction du projet déterminé</b></p>	<p>Placer les éléments selon les règles d'étalage habituelles :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- l'article principal (par son utilité, son volume, sa couleur, son caractère, etc...) et les articles complémentaires ;</li> <li>- les attitudes et positions (parallèles, contrastées) de plusieurs mannequins ;</li> <li>- les associations de marchandises (pull + pantalon, chemise, cravate, ceinture, soulier d'homme ; jupe + chemisier, foulard, bijoux, parfum, maroquinerie, etc...)</li> <li>- les présentoirs et accessoires ;</li> <li>- les présentations particulières (blanc, maroquinerie, articles de sport, parapluies, lunettes, chaussures, papiers peints, vaisselle, bijouterie, etc...).</li> </ul> <p>Défroisser et repasser les vêtements et tissus, si nécessaire.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- L'apprenant(e) utilise les groupements et l'espace d'une manière variée, élégante et valorisante pour la marchandise.</li> <li>- L'apprenant(e)             <ul style="list-style-type: none"> <li>- habille un mannequin conformément aux directives reçues (style, couleurs, articles à promouvoir) ;</li> <li>- dispose les accessoires adéquats à bon escient.</li> </ul> </li> </ul>
<p><b>3.2. Appliquer les techniques spécifiques pour la présentation et la vente des produits et maîtriser les gestes professionnels de l'étalagiste</b></p>	<p>Connaître (technologie) les outils et les conditions de travail à l'étalage (tabouret de sécurité, échelle...).</p> <p>Manier efficacement les outils de base : pince coupante, épingles, agrafeuse, marteau, fil de nylon, porte-épingles, tenue nécessaire pour présenter la marchandise.</p> <p>Appliquer les techniques d'épinglage, de pliage et d'ajustement des vêtements en tenant compte de l'angle de vision que présente la vitrine :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- les techniques de drapé (chute, plissé, montant droit, feston, plombé, bouillonné) et de rembourrage ;</li> <li>- la pose des rubans et étiquettes ;</li> </ul>	<p>L'apprenant(e) maîtrise les gestes professionnels spécifiques.</p> <p>Il(elle) sait :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- présenter un vêtement sans le déformer ou l'endommager ;</li> <li>- piquer une étiquette dans un sac de cuir ou une chaussure sans l'endommager ;</li> <li>- suspendre correctement une affiche ;</li> <li>- réaliser les nœuds ordinairement utilisés pour accrocher la marchandise ;</li> <li>- faire preuve de dextérité dans des pliages rationnels.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- les pliages (en éventail, en « chou », sur tube, en « rose ») ;</li> <li>- connaissance des principaux nœuds utilisés à l'étalage.</li> </ul> <p>Appliquer les techniques de suspension de marchandises :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- utilisation du fil nylon et/ou du fil de fer.</li> </ul> <p>Réaliser un emballage courant, un emballage de sécurité, un emballage cadeau (etc...) :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- les variétés de papier et leurs formats ;</li> <li>- les techniques de protection (vaisselle, verre, papier bulle, papiers de soie, polystyrène,...).</li> </ul> <p>Intégrer les P.L.V.</p>	
<p><b>3.3. Appliquer les techniques de lettrage et de pancartage à main levée sur des supports appropriés</b></p>	<p>Utiliser les techniques manuelles de réalisation de lettrages (à main levée -écriture normalisée ou de fantaisie, calligraphie-, à l'aide de gabarits, par lettres adhésives) pour réaliser :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- des étiquettes de prix, des affiches et des pancartes promotionnelles en faisant preuve de dextérité dans la manipulation des outils de traçage et de découpage.</li> </ul> <p>Réaliser des pleins et des déliés en écriture cursive (caroline) à l'aide du marqueur biseauté (l'écriture normalisée étant maîtrisée).</p> <p>Structurer les textes :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- notion de style dans l'écriture ;</li> <li>- notions d'intention organisatrice dans la mise en page des textes (en drapeau, aligné à gauche ou à droite, centré, etc...) ;</li> <li>- règles d'espacement ;</li> <li>- rapports des vides et des pleins, des zones animées et des zones de repos ;</li> <li>- lisibilité du texte, notion de « bloc typographique » ;</li> <li>- rapports de l'écriture et de la distance de lecture.</li> </ul>	<p>A partir d'un projet simple de pancartage et d'étiquetage, à l'aide des matériaux, instruments et matières premières, l'apprenant(e) fait un choix, adapté :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- du style et des dimensions des lettres ;</li> <li>- du support et des matériaux employés.</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les lignes-guides sont appropriées aux dimensions ;</li> <li>- les caractères sont bien visibles ;</li> <li>- la composition et la finition sont de qualité.</li> </ul>

	<p>Différencier et choisir les supports :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- caractéristiques des divers supports papier et carton (papiers divers, bristol, kraft, journal, kromkote, plume, etc...);</li> <li>- connaissance des sortes d'étiquettes (textile, en étoile, nuage, etc...), des différents pistolets à étiquetage.</li> </ul> <p>Placer les pancartes et étiquettes :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- principales méthodes d'accrochage (push pins, velcro, autocollant double face, aimants, ventouse, pistolet à colle, silicone, etc...).</li> </ul>	
<b>3.4. Appliquer des techniques simples de décoration</b>	<p>Choisir l'outillage et les produits adaptés :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- pinceaux, rouleaux, pochoirs, couleurs (latex, acrylique, huile,...), diluants, vernis, cires...</li> </ul> <p>Maîtriser les techniques adéquates :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- les patines, les imitations de matériaux, les collages...</li> </ul> <p>Ranger et entretenir le matériel :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- l'aménagement correct de l'espace de travail, le rangement des outils et des matériaux, l'entretien et le nettoyage, l'évacuation des déchets.</li> </ul> <p>Respecter les consignes de propreté, de sécurité et d'hygiène.</p>	- L'apprenant(e) utilise correctement les outils et les techniques de base de la décoration appliquée à l'étalage.
<b>3.5. Appliquer des techniques d'éclairage</b>	<p>Pour la création d'ambiances et la mise en valeur d'un objet par la lumière, connaître les moyens d'éclairage et leurs effets.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- les types de lampes et de spots : à incandescence, halogènes, fluorescentes, néons, lumières colorées, « lumière noire », etc...);</li> <li>- la chaleur relative de la lumière, la lumière diffuse ou dirigée, le modelage des volumes, l'accentuation des reliefs, le jeu des éclats.</li> </ul>	<p>L'apprenant(e)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- associe des lumières à des effets psychologiques ;</li> <li>- perçoit comment un éclairage contribue à la création d'effets statiques ou dynamiques.</li> </ul>

	<p>Disposer correctement l'éclairage :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- les règles de sécurité (normes) ;</li><li>- les précautions à prendre.</li></ul>	
--	---	--

## SITUATIONS D'APPRENTISSAGE

- Faire un relevé perspectif ou la situation en plan, accompagné de notes, croquis, photos, etc..., de différents types d'étalage au sein d'une ville, d'un quartier, d'un zoning commercial, d'une grande surface ou d'une rue.
- Identifier, lors d'une visite en ville, des étalages utilitaires (visant la vente), de prestige, courants (documentaires, publicitaires, informatifs, de service, touristique) etc...
- Rechercher différentes annonces publicitaires pour une même marque.
- Dégager la notion d'image de marque d'un produit et opérer des comparaisons (Ex. : Chanel, Dior, Yves Rocher, Cacharel,...).
- Créer des situations-problèmes plus ou moins complexes liées au calendrier, à un thème précis, à une intention organisatrice (couleur dominante, ambiance de fête, etc...), au style du magasin, à la nature de la marchandise.
- Etant donné une situation concrète précise (style de magasin, distance de l'élément à vendre, etc...), réaliser un étiquetage correct et choisir un support adéquat.
- Réaliser des groupements d'objets statiques (boîtes, emballages et flacons de parfums, livres, objets scolaires) sous forme de produits d'une même gamme dans un espace restreint (Tête de rayon, tête de banc, socles, plateaux, présentoirs, supports étagés, etc...). L'équilibre plastique sera recherché. La pensée organisatrice mobilisera les ordres les plus divers (parallélisme, points remarquables, correspondances, perpendicularité, etc...). Les réponses apportées par les élèves seront justifiées.
- Le même exercice peut être fait à partir d'objets souples (serviettes de toilette, foulards, etc...).
- Brainstorming ou travail de groupe visant les associations d'ordre conceptuel et la recherche d'idées originales (autour d'un thème, d'un événement, d'un produit,...) et concrétisation par des croquis perspectifs en couleur.
- Représentation progressive de corps simples puis de combinaisons de corps simples dans l'espace ; dessin à main levée et de mémoire des mêmes éléments.
- Prévoir la répartition de différents groupements de marchandises dans un espace d'étalage donné.
- Emballage de volumes simples (livres, boîtes diverses, layette, foulard [avec papier de soie], etc...). Emballage de verres et de vaisselle.
- Fixation d'épingles sur une planche ; pose des épingles dans un vêtement, une chaussure ou un article de maroquinerie en prenant les précautions nécessaires pour respecter la marchandise.



- A l'occasion des soldes, suspendre une ou plusieurs pancartes ou affiches à l'étalage à l'aide de fil nylon.
- Au départ d'un thème festif, les élèves repèrent dans leur documentation les éléments nécessaires (textures, fonds, produits...), les scannent, les mettent à dimension (Photoshop,...) et les intègrent dans un projet de vitrine.
- A l'approche de l'automne, les élèves devront réaliser un étalage présentant des vêtements - à plat - sur grille - sur buste, avec mise en relief à l'aide d'accessoires et de décors adaptés au thème.
- Apprentissage progressif du travail du fil de nylon dans le secteur du prêt-à-porter (foulard, vêtements pour adultes et enfants, layette, maroquinerie et chaussures et pour terminer la lingerie) en référence aux groupements, intervalles et reliefs.  
Exemples :
  - Apprentissage de la présentation du foulard ; mettre en scène :
    - 3 foulards et un seul groupe d'un côté de la vitrine (3 façons différentes) ;
    - 5 foulards en deux groupes (1 principal, un secondaire, utilisation de toute la vitrine) ;
    - Adjonction de la vente complémentaire, parfums ou petite maroquinerie (on revoit ainsi les divers groupements d'objets). On peut envisager la présentation de bijoux de fantaisie.
  - Apprentissage de la présentation du prêt-à-porter, mettre en scène :
    - 3 pulls en un seul groupe (idem foulard) ;
    - Intégrer le pantalon à deux pulls (nombre impair), apprentissage de la présentation du pantalon (la jupe se suspend de la même manière) ;
    - 1 groupement complet de prêt-à-porter : pantalon, pull et chemise (pliage de la chemise sur carton) – Important pour la vendeuse ;
    - 2 groupes, 1 principal et 1 secondaire (une jupe ou short avec le haut assorti) et la vente complémentaire (ceinture, foulard, chaussettes, sac, chaussures, parfum, cravate, etc...) suivant les circonstances.
  - Apprentissage du blanc (faire remarquer la similitude de présentation entre les foulards, le blanc et les tissus).
  - Apprentissage des tissus intégrés aux papiers peints, aux objets artisanaux (ou autres), à la mercerie.
  - Apprentissage du vêtement enfant et layette (progression identique + rembourrage).
- La présentation sur parois, à l'aide de pieds ou de socles se fera lors de l'un ou l'autre des apprentissages.  
Par exemple :
  - Les socles pour le prêt-à-porter, la maroquinerie, les parfums... suivant les circonstances ;
  - Présentation sur parois pour le parapluie/foulard ou parfum/foulard... ;
  - Présentation sur panneau pour de petits objets ou vêtements, par exemple la layette.

## BIBLIOGRAPHIE

Les ouvrages relatifs à l'étalagisme sont malheureusement peu nombreux et/ou très souvent épuisés. Dans ce dernier cas, ils sont de surcroît passés de mode même si les principes à suivre dans la promotion des marchandises restent intacts.

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

- BOYDRON (Maurice), *L'étalage*. Dessain et Tolra, Paris \*, 1975 ;
- VENO (Robert), *Manuel théorique et pratique de l'étalagiste*. Flammarion, Paris \* ;
- TORRIJOS (Yvette et Marc), *L'étalage pour mieux vendre*. Camugli, Lyon \* ;
- CLAUDINE, *L'étalage en magasin*. Chotard et associés, Paris \* ;
- VALENTIN (Jacqueline), *Vendre en magasin*. Casteilla \* ;
- LUX (André), *L'étalage de chaussures* (fascicule) \* ;
- KUHN (D.), *L'art du paquet cadeau*. Le temps apprivoisé, Paris ;
- ISCHIGE (M.), *Cadeaux en fête*. Le temps apprivoisé, Paris ;
- COUDERT (M.), *Paquets cadeaux à personnaliser*. Le temps apprivoisé, Paris ;
- SLOAN (Annie) et GWYNN (Kate), *Peintures et finitions à l'ancienne*. Flammarion, Paris ;
- JACKSON (Albert) et DAY (David), *Finitions (Patines, vernis, cire et huile)*. Flammarion, Paris ;
- PORTAS (Mary), *Vitrine : stratégie de la séduction*. Thames and Hudson ;
- COHEN (Sacha), *Peinture facile*. Reader's Digest, 2003 ;
- Mc CLOUD (Kevin), *La décoration*. Dessain et Tolra, Paris, 1991 ;
- *Techniques de peinture décorative*. Chantecler.

Les revues présentent un grand intérêt mais sont très difficilement trouvables, signalons :

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

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

**PROGRAMME DU COURS DE :**

**SECRETARIAT BUREAUTIQUE**

**2 périodes hebdomadaires**

## ORGANISATION DU PROGRAMME D'ÉTUDES

Le programme du cours de "Secrétariat-Bureautique" présente le développement de certaines activités de manière structurée en modules.

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

<b>7<sup>e</sup> Professionnelle Complément en technique de vente 2 heures/semaine</b>	
<p><b>Module 1</b></p> <p><i>L'accueil en face en face :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▫ accueillir et informer la clientèle ;</li> <li>▫ contribuer au bon fonctionnement du point de vente ;</li> <li>▫ assurer la mise en valeur des marchandises.</li> </ul>	<p><b>Module 3</b></p> <p><i>Traitement de texte - Bureautique et les outils de la communication</i></p> <p>1 Argumenter une vente :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▫ la présentation d'une lettre commerciale simple ;</li> <li>▫ les règles d'édition ;</li> <li>▫ les fonctions avancées des logiciels bureautiques.</li> </ul>
<p><b>Module 2</b></p> <p><i>La communication téléphonique :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▫ accueillir et informer la clientèle ;</li> <li>▫ contribuer au bon fonctionnement du point de vente ;</li> <li>▫ appliquer les techniques de vente à distance.</li> </ul>	<p>2 Participer aux commandes :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▫ utilisation du fax ;</li> <li>▫ les éléments indispensables d'une télécopie.</li> </ul> <p>3 Appliquer les techniques de vente à distance :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▫ la rédaction du courriel ;</li> <li>▫ les éléments d'une adresse e-mail ;</li> <li>▫ les rubriques du courrier électronique.</li> </ul> <p>4 Informer la clientèle :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▫ l'Internet ;</li> <li>▫ les fonctions principales d'un logiciel de PréAO.</li> </ul>

Le professeur aura la latitude d'étoffer les contenus<sup>1</sup> abordés, l'évaluation se limitera néanmoins aux indicateurs définis.

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

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

## CONSIDERATIONS METHODOLOGIQUES SPECIFIQUES

### A MEDITER

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

### MÉTHODOLOGIE

---

Le professeur proposera une situation d'apprentissage articulée en trois points :

- 1° le professeur présente un nouveau contenu de matière dans un contexte d'apprentissage au sein d'une activité dirigée ;
- 2° l'élève sera placé devant une situation d'apprentissage plus complexe (en relation avec le point 1) au cours de laquelle il va devoir surmonter une difficulté ;
- 3° la situation d'apprentissage peut se diversifier et se complexifier pour devenir une situation-problème.

### L'élaboration d'une situation-problème

La situation-problème ne prend réellement un sens que si l'on présente un obstacle à surmonter.

- L'obstacle ne peut être trop simple afin que l'élève ne se désintéresse pas de l'activité.
- L'obstacle ne peut être trop compliqué afin d'éviter le découragement.
- L'obstacle doit être surmontable pour que l'élève trouve un sens à son apprentissage.

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

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

### Conditions de fonctionnement du modèle:

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

### Rôle de l'enseignant pendant ces activités

L'enseignant sera :

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

Lors d'un nouvel apprentissage, il veillera à :

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

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

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

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

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

## **L'ÉVALUATION**

---

### **L'EVALUATION FORMATIVE**

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

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

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

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

### **L'EVALUATION CERTIFICATIVE**

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

### **CONCLUSIONS**

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

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

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

## LES TRAVAUX REALISES

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

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

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

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

  

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



## INFRASTRUCTURE ET ÉQUIPEMENT

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

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

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

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

- un ordinateur par élève (Pentium),
- une imprimante (par switch ou par réseau),
- une connexion à l'Internet,
- un rétroprojecteur,
- une photocopieuse,
- un scanner,
- un télécopieur,
- chaises de bureau,
- matériel didactique de référence (annuaires, dictionnaires, revues, catalogues, ...).

## MODULE 1 : ACCUEIL EN FACE A FACE

Compétences à maîtriser (CM)	Contenus d'apprentissage	Indicateurs de maîtrise
<p style="text-align: center;"><b>Accueillir et informer la clientèle</b></p> <p><b>Etablir une relation de communication dans une situation de face-à-face:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ accueillir un visiteur ;</li> <li>▪ l'écouter, le questionner ;</li> <li>▪ reformuler ses attentes;</li> <li>▪ adapter les explications à l'interlocuteur ;</li> <li>▪ appliquer les règles de courtoisie.</li> </ul>	<p>L'accueil en face-à-face :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ les attitudes d'accueil,</li> <li>▪ la communication verbale,</li> <li>▪ la communication non-verbale.</li> </ul> <p>Les niveaux de registre de langage.</p> <p>La communication et la multi-culturalité.</p>	<p>A partir d'une situation-problème et dans le cadre d'un jeu de rôle, l'élève sera capable de (d') :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ saluer le visiteur (client), l'identifier, s'enquérir de l'objet de sa visite, répondre à sa demande ou l'orienter vers un rayon, un service ou un département ;</li> <li>▪ répondre rapidement à une demande d'information ;</li> <li>▪ avoir une communication positive.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>Contribuer au bon fonctionnement du point de vente</b></p> <p>Réagir de manière appropriée à différents types de comportement (agressivité, violence, désarroi, peur, angoisse, séduction ...).</p>	<p>L'écoute active. L'empathie. La gestion des émotions.</p>	<p>A partir d'une situation-problème, l'élève sera capable de (d') :</p>

Compétences à maîtriser (CM)	Contenus d'apprentissage	Indicateurs de maîtrise
		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ utiliser un langage adapté à son interlocuteur ;</li> <li>▪ gérer ses émotions ;</li> <li>▪ argumenter ses propos ;</li> <li>▪ gérer le problème ou transmettre une solution acceptable par les deux parties.</li> </ul>
<p><b>Assurer la présentation et la mise en valeur des marchandises</b></p> <p>1 Maintenir la visibilité du lieu d'accueil, la présentation.</p> <p>2 Mettre à la disposition des visiteurs les informations relatives aux spécificités des produits proposés.</p>	<p>L'aménagement d'un espace d'accueil :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ mobilier (emplacement),</li> <li>▪ matériel et outils indispensables.</li> </ul> <p>Les supports de présentation des documents.</p>	<p>A partir d'une situation-problème et d'un plan donné, l'élève sera capable de (d) :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ identifier les outils indispensables ;</li> <li>▪ placer les outils et la documentation proposée de manière fonctionnelle.</li> </ul>

## MODULE 2 : LA COMMUNICATION TÉLÉPHONIQUE

Compétences à maîtriser (CM)	Contenus d'apprentissage	Indicateurs de maîtrise
<p style="text-align: center;"><b>Accueillir et informer la clientèle</b></p> <p>Donner suite à la réception d'un appel téléphonique :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ appliquer les usages téléphoniques et les règles de courtoisie ;</li> <li>▪ identifier l'objet des appels ;</li> <li>▪ répondre aux attentes ;</li> <li>▪ prendre congé.</li> </ul>	<p>La réception d'un appel téléphonique.</p> <p>Les outils nécessaires à la communication téléphonique :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ papier, crayon,</li> <li>▪ formulaire,</li> <li>▪ mémo,</li> <li>▪ planning.</li> </ul> <p>Double gestion de tâches.</p> <p>Le classement alphabétique et idéologique.</p> <p>Les abréviations et les pictogrammes.</p> <p>Les sources d'information :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ les catalogues,</li> <li>▪ l'Internet,</li> <li>▪ la base de données.</li> </ul>	<p>A partir d'une simulation, l'élève sera capable de (d') :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ identifier la demande ;</li> <li>▪ retrouver un renseignement ;</li> <li>▪ interpréter les abréviations et les pictogrammes ;</li> <li>▪ utiliser le formulaire adéquat ;</li> <li>▪ utiliser un planning ;</li> <li>▪ gérer simultanément deux tâches ;</li> <li>▪ maîtriser ses émotions.</li> </ul>

Compétences à maîtriser (CM)	Contenus d'apprentissage	Indicateurs de maîtrise
<p align="center"><b>Contribuer au bon fonctionnement du magasin</b></p> <p>Relayer un éventuel problème vers les services compétents.</p>	<p>L'émission d'un appel téléphonique.</p> <p>Le classement alphabétique et idéologique.</p> <p>Les sources d'information :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ les annuaires téléphoniques,</li> <li>▪ le répertoire,</li> <li>▪ Internet.</li> </ul>	<p>A partir d'une situation-problème, l'élève sera capable de (d') :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ utiliser les références courantes (fichiers, catalogues, répertoires, tarifs, annuaires, etc.) en vue de répondre à une demande de renseignements ;</li> <li>▪ respecter les règles de la communication indirecte ;</li> <li>▪ identifier l'ordre et le mode de classement des données ;</li> <li>▪ trouver rapidement une information.</li> </ul>
<p><b>Appliquer les techniques de vente à distance</b></p> <p>Argumenter une vente.</p>	<p>Les sources d'information :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ les annuaires téléphoniques,</li> <li>▪ le répertoire,</li> <li>▪ la base de données,</li> <li>▪ l'Internet.</li> </ul>	<p>A partir de supports, l'élève sera capable de (d') :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ trouver deux arguments susceptibles de convaincre le client ;</li> <li>▪ respecter les règles de la communication indirecte.</li> </ul>

## MODULE 3 : TRAITEMENT DE TEXTE ET BUREAUTIQUE

### LES OUTILS DE LA COMMUNICATION

Compétences à maîtriser (CM)	Contenus d'apprentissage	Indicateurs de maîtrise
<p><b>Argumenter une vente</b></p> <p>Editer des documents élaborés dans le cadre de la communication externe.</p>	<p>Les règles d'édition.</p> <p>La présentation d'une lettre commerciale simple.</p> <p>Les fonctions avancées des logiciels bureautiques:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ la barre d'outils "Dessin",</li><li>▪ l'insertion et l'habillage d'images,</li><li>▪ les banques de paragraphes,</li><li>▪ les tableaux.</li></ul>	<p>A partir d'une situation-problème, l'élève sera capable de présenter un document dans un temps imparti en respectant les règles d'édition, de présentation des documents et d'orthographe.</p>
<p><b>Participer aux commandes</b></p> <p>Envoyer une commande par fax.</p>	<p>Les éléments indispensables d'une télécopie:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ date,</li><li>▪ priorité du message,</li><li>▪ nom de l'émetteur,</li></ul>	<p>A partir d'une situation-problème, l'élève sera capable de (d') :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ respecter tous les éléments indispensables;</li></ul>

Compétences à maîtriser (CM)	Contenus d'apprentissage	Indicateurs de maîtrise
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ nom du récepteur,</li> <li>▪ numéros de téléphone,</li> <li>▪ nombre de pages,</li> <li>▪ communication,</li> <li>▪ signature.</li> </ul> <p>Utilisation d'un fax.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ présenter la télécopie sans erreur.</li> </ul>
<p><b>Appliquer les techniques de vente à distance</b></p> <p>Utiliser les Technologies de l'Information et de la Communication appliquées à la vente.</p>	<p>Les logiciels bureautiques.</p> <p>Les éléments d'une adresse E-mail.</p> <p>Les rubriques du courrier électronique:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ adressages,</li> <li>▪ objet,</li> <li>▪ appellation,</li> <li>▪ message,</li> <li>▪ signature,</li> <li>▪ pièces jointes.</li> </ul> <p>La rédaction du courriel selon les usages.</p> <p>Le papier à lettres prédéfini.</p> <p>Les mises en évidence.</p> <p>Les listes à puces.</p>	<p>A partir d'une situation-problème, l'élève sera capable de (d') :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ lancer l'application ;</li> <li>▪ produire un message clair, attractif et sans erreur ;</li> <li>▪ compléter rubriques essentielles de manière exacte ;</li> <li>▪ annexer un fichier.</li> </ul>

Compétences à maîtriser (CM)	Contenus d'apprentissage	Indicateurs de maîtrise
<p style="text-align: center;"><b>Informers la clientèle</b></p> <p>Assurer la promotion d'un produit à l'aide d'un logiciel de présentation.</p>	<p>Les fonctions principales d'un logiciel de PréAO.</p> <p>Les règles de mise en page et de présentation d'un document.</p> <p>Les mises en évidence.</p> <p>Les animations.</p> <p>Les listes à puces.</p>	<p>A partir d'une situation-problème, l'élève sera capable de présenter 4 diapositives.</p> <p>L'information est précise et claire.</p> <p>La présentation visuelle sera lisible et équilibrée.</p> <p>L'élève respecte les règles de communication orale.</p>



## SITUATIONS D'APPRENTISSAGE

### Module 1 : L'ACCUEIL EN FACE-A-FACE

#### Accueillir et informer la clientèle

Dans le cadre d'une simulation et/ou d'un jeu de rôle, répondre aux demandes d'informations concernant, par exemple, les secteurs suivants :

- habillement,
- parfumerie,
- librairie, carterie,
- articles cadeaux,
- matériel informatique,

en faisant l'analyse d'un dialogue entre les personnes par l'exploitation des différents niveaux de registre de langage et par l'identification de la dimension culturelle de l'interlocuteur et/ou son état psychologique, émotif et en s'y adaptant.

#### Contribuer au bon fonctionnement du point de vente

Dans le cadre d'un jeu de rôles :

- accueillir une personne mécontente ;
- respecter les usages ;
- identifier les problèmes potentiels ;
- rester calme ;
- proposer une solution acceptable pour l'interlocuteur ou transmettre le problème à une personne-ressource ;
- maintenir une relation de confiance.

#### Assurer la présentation et la mise en valeur des marchandises

Lors de l'ouverture d'un magasin ou d'une transformation et sur base de l'organisation interne proposée par le commerçant, établir un plan de l'endroit d'accueil, du comptoir ... prévoir de placer, de manière fonctionnelle, les outils indispensables (prospectus afférents à chacun des produits).

## Module 2 : LA COMMUNICATION TÉLÉPHONIQUE

### Accueillir et informer la clientèle

Dans le cadre de la réception d'un appel téléphonique où le client veut échanger un article :

- prendre note de la demande,
- reformuler la demande,
- trouver l'information (vérifier les stocks),
- connaître la disponibilité de l'article,
- assurer le client du bon suivi,
- donner le délai de livraison,

en trouvant l'information et en la communiquant avec précision selon l'organisation interne.

### Contribuer au bon fonctionnement du magasin

Dans le but d'obtenir un article manquant, prendre contact avec une "Maison Mère", une filiale, un grossiste ... afin d'aider le client et de le renseigner.

### Appliquer les techniques de vente à distance

Prendre contact avec plusieurs clients repérés dans une base de données afin de leur proposer un nouveau produit.

Développer trois arguments afin de conclure une vente en tenant compte des réactions des personnes contactées.

Assurer le suivi de la conversation en donnant suite à la commande :

- recontacter la personne,
- conclure la vente.

## **Module 3 : TRAITEMENT DE TEXTE ET BUREAUTIQUE LES OUTILS DE LA COMMUNICATION**

### Argumenter une vente

Lors de la promotion d'un article ou d'une action promotionnelle et à l'aide d'une banque de paragraphes ou d'un fichier récupéré, présenter :

- une affiche publicitaire,
- une offre.

### Participer aux commandes

A partir d'une demande du service "achats" d'une entreprise, envoyer une commande par fax :

- présenter la page de garde de la télécopie,
- prévoir le message écrit,
- envoyer la télécopie.

### Appliquer les techniques de vente à distance

A l'occasion d'une action promotionnelle, contacter par courriel, une liste de clients fournie:

- créer le message,
- consulter le "fichier adresses",
- sélectionner les adresses sur base de consignes,
- déterminer l'objet du message,
- encoder le message,
- utiliser les outils de mises en évidence,
- insérer une pièce jointe scannée ou créée,
- déterminer l'importance du message (priorité),
- insérer une signature,
- demander l'accusé de réception,
- envoyer le message.

### Informar la clientèle

Lors de la promotion d'un nouveau produit et sur base d'idées principales données, réaliser un diaporama simple :

- créer des diapositives,
- sélectionner une mise en page automatique,
- encoder le message,
- insérer éventuellement une image,
- insérer une animation,
- visualiser le diaporama,
- utiliser les différents modes d'affichage.

## BIBLIOGRAPHIE

### TRAITEMENT DE TEXTE

---

F. LIPMANNE, *Grammaire des règles typographiques et de disposition de documents*  
Ed. Labor Education, Bruxelles - ☎ 071 43 11 74

F. LIPMANNE, *l'AZER de la dactylographie et du traitement de texte*  
Ed. Labor Education, Bruxelles - ☎ 071 43 11 74 🌐 [www.labor.be](http://www.labor.be)

F. LIPMANNE, *Le Courrier – Communication et bureautique*  
Manuel et logiciel de contrôle de vitesse  
Ed. Labor, Bruxelles - ☎ 071 43 11 74

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

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

W. Farcy, *Bureautique STT avec Office XP*, Première et Terminale STT  
Volume et CD (élève/corrigé)  
Ed. Bertrand-Lacoste 2005-2006

### L'INTERNET

---

A. LEMAIRE, *Internet Explorer et Outlook Express*  
CAF, La Neuville 1, 4500 TIHANGE - ☎ 085 27 13 60

S. L. NELSON, *L'Essentiel Outlook 2000 et Outlook Express*  
Microsoft Press 2000 – Microsoft

### SECRETARIAT ET COMMUNICATION

---

Delerue et Laborie, *Communication*, Seconde professionnelle et terminale  
Livre, guide pédagogique, cassette audio  
Ed. Foucher 2003-2004

Delerue, *Organisation*, Seconde professionnelle et terminale  
Livre, guide pédagogique,  
Ed. Foucher 2003-2004

C. BERGES, *Action et Communication commerciales* - Terminale STT ACC  
Volume et corrigé  
Ed. Bertrand-Lacoste, 2005-2006

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

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

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

M. GUITTARD, Y. LE FIBLEC, *Organisation et suivi d'activités - BEP, CAS, ACC (manuel et guide pédagogique)* Ed. Bertrand-Lacoste, Paris, 1994

M. GUITTARD, *Communication et organisation - Sciences et technologies tertiaires (manuel et guide pédagogique)*  
Ed. Bertrand-Lacoste, Paris, 1994

M. GUITTARD, S. NECHEM, *La communication professionnelle écrite et orale - Seconde professionnelle BEP, CAS, ACC (manuel et guide pédagogique)*  
Ed. Bertrand-Lacoste, Paris, 1994

V. PETIT, I. PRIOU, *La communication: un savoir-faire* Première professionnelle, options A et B  
Ed. Bertrand-Lacoste, Paris

## **DIVERS**

---

Travailler aux écrans de visualisation  
Directive européenne relative au travail aux écrans de visualisation  
Administration de l'hygiène et de la médecine du travail, rue Belliard 51, 1040 Bruxelles

**Vous trouverez une multitude de références de manuels pédagogiques dans les catalogues Foucher ([www.editions-foucher.fr](http://www.editions-foucher.fr)) et Bertrand Lacoste ([www.bertrand-lacoste.fr](http://www.bertrand-lacoste.fr))**