

1. Finalités de l'unité de formation

1.1. Finalités générales

Dans le respect de l'article 7 du Décret de la Communauté française du 16 avril 1991 organisant l'Enseignement de Promotion Sociale, cette unité doit :

- 1.1.1. Concourir à l'épanouissement individuel en promouvant une meilleure insertion professionnelle, sociale, culturelle et scolaire;
- 1.1.2. Répondre aux besoins et demandes en formation émanant des entreprises, des administrations, de l'enseignement et d'une manière générale des milieux socio-économiques et culturels.

1.2. Finalités particulières

Cette unité de formation est organisée dans le contexte particulier du décret du 19 juillet 2001 relatif à l'enseignement en alternance. Elle s'adresse à des étudiants relevant de la scolarité obligatoire et donc de l'enseignement de plein exercice et vise à leur permettre d'acquérir les compétences dans les domaines de l'art-étalage, de la publicité, de la connaissance des marchandises et de la pratique de magasin telles qu'obtenues à l'issue d'une seconde année de formation du deuxième degré de l'enseignement secondaire de plein exercice (section vente-étalage).

2. Capacités préalables requises

2.1. *Capacités préalables requises*

ART-ETALAGE

l'étudiant sera capable de réaliser des étalages de grandeur moyenne en respectant les critères étudiés de pose, du choix des couleurs, des équilibres de masse et de valeurs en fonction des thèmes qui les ponctuent

MAINTIEN-ACCUEIL

l'étudiant sera capable face à une situation fictive de vente de justifier des attitudes positives ou négatives du vendeur et de proposer des solutions

TECHNIQUES DE VENTE

Pour atteindre le seuil de réussite, l'étudiant sera capable face à une méthode de vente fictive, de justifier

- les objectifs principaux du vendeur
- les différentes méthodes de vente

DESSIN-LETTRAGE-HARMONIE

l'étudiant sera capable, en utilisant un projet simple d'affiche et d'étiquetage, d'adapter un style de lettrage approprié au produit vendu ou à la marque de fabrication, tout en respectant les dimensions par rapport au format.

PRATIQUE DE MAGASIN

l'étudiant sera capable de résoudre un exercice simple relatif aux conditions financières de la vente.

2.2. *Titre pouvant en tenir lieu*

Attestation de réussite UF Vente-Etalage Niveau 1

3. Recommandations particulières pour la constitution des groupes ou le regroupement

Néant

4. Programme des cours

PRATIQUE DE MAGASIN

A l'issue de la formation, l'étudiant sera capable de (d') :

LA VENTE - décrire le déroulement d'une opération de vente,

La demande de prix

- citer les utilités des demandes de prix,
- justifier les raisons pour le fournisseur d'établir une fiche pour chaque client,
- établir une fiche client,
- classer des demandes de prix,

L'offre de prix

- citer les différents documents à consulter avant d'établir une offre,
- rédiger une offre de prix,
- distinguer les différentes sortes d'offre de prix,
- comparer les offres reçues en vue de choisir,
- définir les critères de choix,
- justifier les utilités du fichier fournisseur,
- classer des offres de prix,

La commande

- définir le bon de commande et ses utilités,
- citer les mentions obligatoires de ce document,
- décrire les différentes règles concernant la rédaction et l'utilisation du document,
- compléter un bon de commande,
- exécuter une commande,
- savoir classer les bons de commande,

La note d'envoi

- définir la note d'envoi,
- justifier les utilités des différents exemplaires de la note d'envoi,
- réceptionner une commande,
- classer les différents documents utilisés lors de la réception des marchandises,

La facture

- définir la facture,
- justifier les rôles de ce document,
- citer les différentes mentions de la facture,
- établir des factures,
- réceptionner des factures,

Les documents rectificatifs

- justifier l'utilisation d'une note de crédit et d'une rectification d'une facture,
- choisir le document correct en fonction d'une situation,
- établir un document rectificatif d'une facture,

LE PAIEMENT

Sans intermédiaire

- justifier au moyen d'une situation concrète l'usage de l'acquit, la quittance, le reçu, la pièce de caisse,
- payer une facture et réclamer la quittance ou l'acquit sur la facture,
- acquitter une facture,
- identifier l'acquit, la quittance et le reçu, la pièce de caisse,
- vérifier l'acquit, la quittance et le reçu, la pièce de caisse,
- remplir une quittance, un reçu,

Par la poste

- décrire un mandat postal,
- compléter un mandat postal suivant une situation déterminée,
- décrire le circuit d'un mandat postal,

Par un organisme financier

- définir le compte à vue,
- décrire un chèque et différencier les manières de libeller un chèque,
- différencier les documents de paiement : virement, bulletin de versement, l'ordre permanent, l'avis domiciliation,
- compléter ces différents documents en fonction d'une situation déterminée,
- comparer les différentes cartes de paiement au point de vue de l'utilisation, des avantages, des inconvénients,
- définir, identifier un extrait de compte,
- citer et décrire les différents moyens de paiement électroniques,

ART-ETALAGE

A l'issue de ce cours, l'étudiant sera capable de (d') :

Les impératifs de l'étalage :

- Respecter des règles pour l'obtention de la meilleure efficacité d'un étalage,
- Citer les qualités d'un étalage pour attirer l'attention du « client »,
- Citer les moyens à mettre en œuvre pour obtenir un étalage « vendeur »,
- Animer un étalage et présenter des marchandises,
- Déterminer les différentes étapes de la réalisation d'un étalage en fonction des règles étudiées,
- Réaliser un projet d'étalage sous forme d'un croquis en perspective ou d'une maquette (notion d'échelle) sur le thème d'Halloween,
- Réaliser un projet d'étalage en grandeur réelle,

Les qualités de l'étalagiste :

- Choisir une méthode pour l'organisation du travail,
- Résoudre des problèmes spécifiques à la présentation de produits différents (vêtements, chaussures, bijoux, ...),
- Constituer un dossier « documentation » pour faciliter l'élaboration et la présentation d'un avant-projet,
- Réaliser un projet à échelle en fonction de la documentation pour la vitrine de l'an,

Les outils :

- Identifier différents outils de l'étalagiste et les utiliser,
- Composer une baladeuse de type classique,
- Organiser une visite dans un magasin de décors pour étalages,
- Etablir une liste d'accessoires pouvant servir à la réalisation d'un étalage,
- Maîtriser des outils et des accessoires nécessaires à la confection d'une composition hivernale,

Constituer un dossier matériaux :

- Réaliser un étalage par la mise en œuvre et la maîtrise de divers matériaux,
- Découvrir et utiliser ces matériaux,
- Associer les matériaux adéquats en fonction des thèmes des étalages,
- Réaliser un masque vénitien en utilisant une série de matériaux différents,

Les éclairages :

- Définir les différents modes d'éclairage,
- Optimiser les éclairages sur base du volume de l'étalage et du type de marchandises,

U.F. : VENTE-ETALAGE Niveau 2

Annexe 4

Page 4

- Choisir des éclairages en fonction des saisons et des évènements,
- Décorer cinq œufs (format œuf d'autruche) : deux intérieurement et trois extérieurement,
- Choisir le type de matériaux utilisés, les décors et les éclairages les plus appropriés,

Le rôle de l'étalage :

- Définir le rôle de l'étalage,
- Choisir un étalage et analyser les effets produits sur la clientèle,
- Valoriser les produits en fonction des critères de présentation,
- Découvrir les différentes techniques publicitaires dans un étalage.

PUBLICITE

A l'issue de ce cours, l'étudiant sera capable de (d') :

Analyser une publicité :

- identifier le message délivré, le fil conducteur et le public ciblé,
- trouver le processus de création d'une publicité,

Critiquer une publicité :

- en ayant un esprit critique au niveau des techniques utilisées, des couleurs, de la mise en page ainsi que sur les valeurs véhiculées par la publicité,

Constituer une farde publicitaire :

relative aux :

- produits alimentaires,
- produits vestimentaires,
- produits électroménagers,
- jeux,...

Elaborer une stratégie publicitaire :

- en faisant preuve de créativité en respectant les règles de mise en page,
- choix du nom commercial convenant au produit, choix des couleurs adéquates, choix du lettrage en rapport avec l'objectif de la campagne publicitaire,

Développer l'image de marque :

- établir une liaison entre l'image de marque et les supports qui la véhiculent (un magasin, un produit ou une marque proprement dite),
- identifier les critères sur lesquels cette image a été construite,

Développer son esprit d'analyse :

- pour comprendre le rôle joué par le marketing dans notre société de consommation,

Promouvoir les ventes :

- trouver les différents moyens publicitaires utilisés pour promouvoir les produits ou les magasins : étalage, affiche, carte de visite, emballage, enseigne,...

U.F. : VENTE-ETALAGE Niveau 2

Annexe 4

Page 6

Dynamiser les ventes :

- rechercher les actions promotionnelles qui peuvent dynamiser les ventes tout au long de l'année, fidéliser ces dernières en axant les moyens publicitaires en fonction des saisons, des fêtes et des périodes creuses.

CONNAISSANCE DES MARCHANDISES

A l'issue de ce cours, l'étudiant sera capable de (d') :

Identification du produit

- justifier l'importance de la marque,
- citer les différents éléments qui représentent une marque à partir d'exemples,
- décrire l'image d'une marque,
- citer les rôles des emballages et les expliciter,
- caractériser différents emballages,
- énoncer les principaux avantages et inconvénients des matériaux utilisés pour les emballages,
- démontrer la raison d'être de l'étiquetage,
- énumérer les mentions transcrites sur les emballages et les expliciter,

Connaissance du produit

- énumérer les qualités vraies, apparentes, accessibles, non accessibles de différents produits,
- repérer les caractéristiques techniques, commerciales et psychologiques des marchandises présentées aux clients,
- répondre aux questions posées par les clients concernant l'aspect technique et commercial d'un produit,
- démontrer l'usage d'un certain nombre de facteurs d'aspect psychologique qui permettra aux consommateurs de se faire une ou plusieurs opinions sur les produits présentés,

Les familles des produits

- définir les familles des produits,
- classer les produits dans leur famille,

Savoir acheter sans se tromper

- décrire les différents produits vendus dans un magasin d'alimentation,
- représenter ces différents produits dans un dossier,

Les logos

- définir les sigles attachés aux vêtements,
- repérer les logos sur les emballages,
- énumérer leurs significations,

Les labels

- démontrer l'intérêt des labels pour le consommateur,
- classer ces différents labels,
- énumérer les sanctions encourues pour les fabricants en infraction,
- repérer les labels alimentaires sur les conditionnements et en donner la signification,

Les jouets

- décrire l'étiquetage des emballages de jouets,
- définir le sigle CE,
- démontrer les lacunes du sigle CE,
- décrire les contrôles effectués,
- énumérer les recours éventuels,

Les pictogrammes dangereux

- repérer les pictogrammes des produits dangereux,
- définir leurs degrés de danger,
- illustrer au moyen d'emballages, les différents sigles, logos, labels, pictogrammes

Les additifs

- définir les additifs,
- classer ces additifs en fonction de leur groupe,
- décrire le rôle de ces additifs,
- énumérer des exemples de produits pour chaque additif étudié,
- démontrer les avantages de l'utilisation des additifs pour les fabricants et les consommateurs,
- énoncer les inconvénients des additifs,
- citer des produits contenant des additifs dangereux pour la santé,
- repérer sur différents emballages les additifs et illustrer le dossier,

Le datage des produits

- libeller les produits en fonction de leur durabilité,
- démontrer que les traitements subis par les produits et leur conditionnement permettent d'allonger leur conservation,
- décrire la conservation des aliments,
- citer des conseils d'achat et d'utilisation des produits,

U.F. : VENTE-ETALAGE Niveau 2

- constituer un dossier sur le datage des produits.

5. CAPACITES TERMINALES

Pour atteindre le seuil de réussite, l'étudiant sera capable :

EN PRATIQUE DE MAGASIN

d'utiliser divers documents commerciaux

Pour fixer le degré de maîtrise, il sera tenu compte du degré d'autonomie atteint par l'étudiant dans l'utilisation des divers documents.

EN CONNAISSANCE DES MARCHANDISES

pour un produit déterminé,

- de décrire le type de produit étudié,
- de démontrer les avantages et les inconvénients des emballages utilisés,
- de repérer les mentions imprimées sur ces emballages et de les expliquer,
- de décrire les tests réalisés par un magazine de défense du consommateur sur les différentes marques de produits,
- de décrire les influences de ce produit sur la santé,
- de citer les maîtres-achats et démontrer le choix de ces maîtres achats.

Pour fixer le degré de maîtrise, il sera tenu compte:

- de la précision et de la rigueur du vocabulaire technique propre au produit présenté,
- de la clarté de la communication,
- du degré d'autonomie atteint par l'étudiant dans la recherche de sa documentation.

EN ART-ETALAGE

d'organiser une vitrine de grandeur nature suivant un thème précis.

Pour fixer le degré de maîtrise, il sera tenu compte:

- du respect de l'espace,
- du respect des proportions,
- de la répartition des valeurs,
- du rapport entre les formes et les masses,
- du choix des couleurs.

EN PUBLICITE

de réaliser une publicité pour une marque déterminée

Pour fixer le degré de maîtrise, il sera tenu compte :

- des différentes règles publicitaires,
- de la clarté du message.

6. Chargés de cours

Les chargés de cours seront des enseignants