

POLE 1 : PRATIQUES ET TECHNIQUES RELATIONNELLES

- 1-1. Les bases de la communication
- 1-2. Les relations en situation de face à face ou en situation d'échange
- 1-3. La relation dans les situations difficiles
- 1-4. La réponse aux demandes et aux attentes
- 1-5. La communication au sein d'une équipe
- 1-6. La valorisation de l'image de marque de l'entreprise

POLE 2 : DEMARCHE COMMERCIALE

- 2-1. La démarche mercatique
- 2-2. Les populations cibles et leurs attentes
- 2-3. Les orientations de l'entreprise en matière de politique de service
- 2-4. Les différentes étapes de l'offre de service de l'entreprise
- 2-5. L'évolution de l'offre de service de l'entreprise
- 2-6. Le suivi, le développement et l'adaptation de l'offre

PÔLE 3 ORGANISATION

- 3-1. L'organisation de l'entreprise
- 3-2. L'espace de travail
- 3-3. La recherche documentaire
- 3-4. Le traitement des informations
- 3-5. L'organisation du travail en équipe et la gestion du temps
- 3-6. L'analyse des résultats

POLE 4 ADAPTATION A L'ENVIRONNEMENT

- 4-1. Environnement professionnel**
 - 411. Environnement économique
 - 412. Environnement juridique
- 4-2. Méthodologie de l'activité en milieu professionnel**
 - 421. Méthodologie de la formation en entreprise
 - 422. Démarche de projet en situation professionnelle
 - 423. Méthodologie d'élaboration d'un projet professionnel (aide à l'insertion professionnelle)

PÔLE 1 - PRATIQUES ET TECHNIQUES RELATIONNELLES

CONNAISSANCES ASSOCIÉES	LIMITES
<p>1-1. LES BASES DE LA COMMUNICATION</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les principes généraux de la communication - La communication verbale et non verbale - L'expression orale (plan, articulation, débit, pause, intonation, liaison) - Le langage (clarté, richesse, rigueur, précision, technicité, etc.), ses contenus (mots clés, chargés de valeur, etc.) - Les para langages (corporels, artificiels, environnementaux) - Les registres de langage (particularismes régionaux, culturels, professionnels, etc.) - Les styles de communication (autocratique, directif, non directif, etc.) - Les codes sociaux et les convenances commerciales 	<p>Les principes ne feront pas l'objet d'importants développements théoriques. Les notions doivent être dégagées à partir de mises en situation pratiques.</p>
<p>1-2. LA RELATION EN SITUATION DE FACE À FACE OU EN SITUATION D'ECHANGE TÉLÉPHONIQUE</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'empathie - L'accueil - Les techniques de communication orale <li style="padding-left: 20px;">Obstacles et freins à l'expression orale - L'écoute. Techniques d'écoute (approche PNT, AT, GORDO, etc.) - Obstacles et freins à l'écoute - Les types de questions, le questionnement - La reformulation 	
<p>1-3. LA RELATION DANS DES SITUATIONS DIFFICILES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Notions de blocage, d'inhibition, de stress, d'agressivité, de conflits (origine, signes de reconnaissance) - Techniques de résolution/gestion des situations « difficiles » - Maîtrise de soi - Fonction « médiation » 	<p>Les grilles explicatives seront abordées sous l'angle d'une présentation de leurs apports respectifs et de leurs limites. Il s'agit de les relativiser afin d'éviter toute utilisation sommaire et mal maîtrisée.</p>
<p>1-4. LA RÉPONSE AUX DEMANDES ET AUX ATTENTES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les types de personnalité - Les typologies de clients (âge, sexe, statut social, groupe d'appartenance, groupe de référence, mentalités, préjugés), les socio-styles, leur évolution - Les motivations et les techniques de découverte - Les techniques d'information, d'explication, de conseil, de suggestion, d'argumentation - Le traitement des objections, des réclamations, des critiques, des suggestions - La réponse aux objections, aux réclamations, aux critiques, aux suggestions - La prise de congé 	

CONNAISSANCES ASSOCIÉES	LIMITES
<p>1-5. LA COMMUNICATION AU SEIN D'UNE ÉQUIPE</p> <ul style="list-style-type: none"> - Typologie des réseaux de communication - Types de groupes - Leur fonctionnement - Attitudes de comportement dans un groupe - Techniques d'évaluation de la créativité - Techniques d'évaluation personnelle <p>1-6: LA VALORISATION DE L'IMAGE DE MARQUE DE L'ENTREPRISE</p> <ul style="list-style-type: none"> - La culture d'entreprise (types de culture, éléments, valeurs, rôles) - L'image d'entreprise (éléments, rôles, valeurs partagées, etc.) 	<p>L'analyse des interactions au sein d'une équipe sera appréhendée à l'aide de la grille de BALES.</p>

PÔLE 2 - DÉMARCHE COMMERCIALE

CONNAISSANCES ASSOCIÉES	LIMITES
<p>2-1. LA DÉMARCHE MERCATIQUE - La prise en compte des besoins et des attentes - La recherche de la qualité</p> <p>2-2. LES POPULATIONS CIBLES ET LEURS ATTENTES - Les informations générales sur le marché, aspects quantitatifs et qualitatifs - Le potentiel économique de la zone de chalandise (population actuelle, potentielle, développement de la zone, concurrences), etc. - La segmentation - Les comportements de consommation (habitudes, spécificités liées aux services, etc.) - L'attractivité de la zone - La communication en matière de services, son adaptation à la demande</p> <p>2-3. LES ORIENTATIONS DE L'ENTREPRISE EN MATIÈRE DE POLITIQUE DE SERVICES - Les critères d'identification et les caractéristiques de services (les styles, l'image, l'enseigne, le logo, l'ambiance, la communication publicitaire, etc.) - Les critères de choix du positionnement du service - Les modalités de mise en œuvre de l'offre de service</p> <p>2-4. LES DIFFÉRENTES ÉTAPES DE L'OFFRE DE SERVICE - La découverte de l'utilisateur - Les opérations matérielles et administratives liées aux services (documents administratifs usuels - technologies utilisées en matière d'information du client) - La proposition d'un service complémentaire</p> <p>2-5. L'ÉVOLUTION DE L'OFFRE DE SERVICE DE L'ENTREPRISE - Les techniques d'enquête par questionnaire - La fixation des objectifs - Les actions (personnalisées et non personnalisées) d'information du public</p> <p>2-6. LE SUIVI, LE DÉVELOPPEMENT ET L'ADAPTATION DE L'OFFRE - La démarche qualité appliquée à la prestation de service - Le suivi personnalisé du client - La surveillance du respect des délais - Le suivi de la clientèle - Gestion des réclamations - Actions promotionnelles</p>	<p>LES TECHNIQUES COMMERCIALES SERONT APPLIQUÉES A LA FOIS AU SECTEUR MARCHAND ET AU SECTEUR NON MARCHAND (clientèles, usagers)</p> <p>La démarche mercatique sera abordée à partir d'exemples concrets pour identifier les composants de la mercatique. On s'attachera à caractériser l'esprit de services.</p> <p>Les mécanismes de communication ne seront pas développés ; il sera pris appui sur les notions de communication du pôle 1 et adaptés à la situation de l'offre de service.</p> <p>Les situations de référence seront diversifiées pour rendre compte de la disparité et l'hétérogénéité de l'offre de service.</p> <p>Seront abordées les présentations de l'offre et leur adaptation en fonction des secteurs.</p> <p>Ces notions sont abordées en cohérence des études du pôle 3.</p>

PÔLE 3 - ORGANISATION

CONNAISSANCES ASSOCIEES	LIMITES
<p>3-1. L'ORGANISATION DE L'ENTREPRISE</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les fonctions et services de l'entreprise - Les structures de l'entreprise - Les relations hiérarchiques et fonctionnelles - L'organigramme 	<p>On se limitera à l'observation et à la mise à jour d'organigrammes existants. Les notions de structures et de fonctions seront nettement repérées et les types de relations caractérisées avec rigueur.</p>
<p>3-2. L'ESPACE DE TRAVAIL</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'aménagement des espaces d'accueil: bureaux, stands, salles d'attente, guichets. Matériels de signalisation - L'agencement fonctionnel et esthétique des espaces : principes de base d'ergonomie facteurs d'ambiance 	<p>On évitera les longs développements descriptifs pour privilégier les observations, les mises en situation, les recherches documentaires.</p>
<p>3-3. LA RECHERCHE DOCUMENTAIRE</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les sources documentaires internes et externes - Les différents supports : papiers, informatiques, audiovisuels - Les principes d'indexation - Les modes d'accès aux informations sur banques de données, serveurs, fichiers, etc. - Les coûts de consultation 	<p>L'approche méthodologique sera privilégiée, en évitant l'exhaustivité dans la description des sources et la théorisation sur les procédures d'accès.</p>
<p>3-4. LE TRAITEMENT DES INFORMATIONS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les modes de recueil et de sélection d'informations, les critères de tri - Les messages professionnels écrits usuels : notes, lettres, comptes rendus, imprimés administratifs et commerciaux courants - Les outils informatiques, télématiques et audiovisuels nécessaires à la préparation de messages textuels, chiffrés, graphiques, images. Les fonctionnalités, les règles d'utilisation. - Les coûts de production et de diffusion des documents 	<p>On privilégiera une démarche analytique. On se limitera aux outils usuels et on associera la présentation des outils à la nécessité de leur utilisation. L'approche des messages professionnels doit être directement liée à l'usage qui en sera fait dans le cadre de l'activité et du poste de travail.</p>
<p>3-5. L'ORGANISATION DU TRAVAIL EN EQUIPE ET LA GESTION DU TEMPS</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'analyse et la répartition des tâches - L'affectation des tâches, leur répartition, le contrôle des temps - Les outils de prévision, de consignes, les fiches journalières d'activités 	<p>L'approche méthodologique est à privilégier. On se limitera aux outils usuels et on associera la présentation des outils à la nécessité de leur utilisation.</p>

CONNAISSANCES ASSOCIÉES	LIMITES
<p>3-6. L'ANALYSE DES RÉSULTATS</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'information comptable - Les éléments constitutifs des coûts - Le calcul d'un coût - L'apport des outils statistiques - La notion du budget - L'état de rapprochement prévisions-réalisations 	<p>On s'assurera de la maîtrise des concepts de base en matière de comptabilité :</p> <ul style="list-style-type: none"> - notion de compte ; - notion de bilan ; - notion de résultat ; - notion de produits ; - notion de charges (fixes et variables) ; - notion d'amortissement ; - notion de trésorerie. <p>On s'attachera à faire :</p> <ul style="list-style-type: none"> - identifier les composants d'un coût ; - caractériser les charges, les classer ; - lire un bilan, un compte de résultat ; - identifier les fonctions de l'amortissement ; - établir un plan d'amortissement linéaire ; - établir et suivre un budget en liaison avec une démarche de projet ; <p>On privilégiera la démarche budgétaire dans le cadre du projet.</p>

PÔLE 4 - ADAPTATION À L'ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL

CONNAISSANCES ASSOCIÉES	LIMITES
<p>4-1. ENVIRONNEMENT PROFESSIONNEL</p> <p>4-1-1: ÉLÉMENTS ÉCONOMIQUES</p> <p>Les indicateurs économiques</p> <ul style="list-style-type: none"> * Production marchande et non marchande * Revenu national : revenu primaire, revenu secondaire * Dépense: consommation, épargne, investissement * Échanges de l'entreprise avec l'extérieur : exportations, importations <p>L'économie des services sur le plan national</p> <ul style="list-style-type: none"> * Le secteur tertiaire * Services marchands et non marchands * Le poids des services dans l'économie nationale * La consommation en matière de services * Les échanges extérieurs de services * Intervention économique de l'État en matières de services * Les services et l'emploi * Les services et l'investissement <p>L'Économie des services sur le plan régional</p> <ul style="list-style-type: none"> * Etude du poids économique et de la structure du secteur des services dans un contexte régional donné * Économie d'une branche d'activité dans le domaine du service <p>4-1-2. ÉLÉMENTS JURIDIQUES</p> <p>Les cadres du droit:</p> <ul style="list-style-type: none"> * Les sources de droit * L'organisation judiciaire * La preuve * Les obligations <p>La documentation juridique : mode d'accès</p> <p>La responsabilité appliquée au secteur de l'activité des services</p> <p>Les contrats dans le domaine des services :</p> <ul style="list-style-type: none"> * Principes généraux relatifs au droit des contrats * Étude de deux contrats caractéristiques du secteur des services * La responsabilité appliquée aux activités de services : contractuelle, délictuelle ou pénale 	<p>On prendra appui sur les acquis antérieurs et selon l'origine des élèves, on évitera une approche trop répétitive.</p> <p>On visera la maîtrise des concepts, du vocabulaire des mécanismes économiques de base, on privilégiera une approche fondée sur l'observation des grandeurs caractéristiques de l'économie nationale, leur évolution et leur inter-relation.</p> <p>On se limitera aux indicateurs clés.</p> <p>On visera à dégager les principales caractéristiques des services, à mesurer leur importance dans l'économie, à différencier services aux particuliers.</p> <p>Sans prétendre à l'exhaustivité, on dégagera les traits dominants de l'économie des services.</p> <p>On se centrera sur le secteur service de la région du public formé.</p> <p>On visera à mettre en place une démarche rigoureuse de découverte des caractéristiques économiques d'une branche d'activité de services donnée afin de développer des capacités de transfert à d'autres branches.</p> <p>On prendra appui sur les acquis antérieurs et selon l'origine des élèves, on évitera une approche trop exhaustive. On visera la maîtrise des principes juridiques de base. On s'assurera de la connaissance des sources essentielles du droit communautaire et de leur importance</p> <p>On se limitera à une consultation pertinente des codes, de revues professionnelles et mises à jour permanentes, au recours à des banques de données juridiques accessibles au public en relation avec les domaines étudiés.</p> <p>Mettre en œuvre dans un ou deux cas empruntés dans le secteur des services la mise en jeu de la responsabilité du prestataire de services.</p> <p>Dégager les notions essentielles de responsabilité et faire appliquer cette démarche à des situations empruntées au secteur des services.</p>

CONNAISSANCES ASSOCIÉES	LIMITES
<p>Principes essentiels du droit de la consommation, leur application à la prestation de service et droit de l'usage</p> <ul style="list-style-type: none"> * La protection juridique du consommateur, de l'usager en matière de prestation de services <p>La relation de travail dans les activités de services</p> <ul style="list-style-type: none"> * Les contrats de travail en usage dans le secteur du service * Diversité des statuts du travailleur dans le secteur des services (travailleur indépendant, salarié, fonctionnaire) * Les contrats de travail, particularités de la réglementation * Convention collective et négociation collective <p>4-2 : MÉTHODOLOGIE DE L'ACTIVITÉ EN MILIEU PROFESSIONNEL</p> <p>4-2-1. MÉTHODOLOGIE DE LA FORMATION EN ENTREPRISE</p> <p>Cadre institutionnel/positionnement dans l'entreprise</p> <ul style="list-style-type: none"> * Statut au sein de l'entreprise * Convention de stage * Rôle du tuteur <p>Les objectifs de formation</p> <ul style="list-style-type: none"> * Compétences professionnelles * Attitudes professionnelles * Activités significatives <p>Les critères de l'évaluation</p> <ul style="list-style-type: none"> * Les principes d'évaluation formative * Bilan personnel, règles à tirer de l'expérience <p>4-2-2. DÉMARCHE DE PROJET EN SITUATION PROFESSIONNELLE</p> <ul style="list-style-type: none"> - Techniques d'observation, de recueils de données qualitatives, quantitatives, de positionnement d'un problème - Techniques d'émergence des idées - Méthodologie de la démarche de projet 	<p>Faire apparaître les principes essentiels des droits du consommateur.</p> <p>On ne visera pas à aborder la totalité des dispositions mais les lignes directrices qui ont dicté l'intervention du consommateur (protection et information du consommateur, informatique et liberté, droit de l'usager).</p> <p>On s'attachera à dégager les particularités propres à chaque statut, à exploiter une convention collective, la grille de classification qu'elle comporte, ainsi que les droits du salarié en matière de formation qui y sont stipulés.</p> <p>Les différents statuts de l'alternance (sous statut scolaire et hors statut scolaire) seront présentés.</p> <p>On s'appuiera sur les grilles d'évaluation.</p> <p>On mettra en relation les objectifs de formation avec les activités à mener et leurs conditions de réalisation (double commande ou seul) avec ou sans consigne.</p> <p>Il s'agit de mettre en place une démarche rigoureuse de projet qui prend appui sur une situation réelle en entreprise à partir de l'analyse de l'existant. Le projet pourra prendre la forme d'une proposition en vue de l'amélioration d'un service existant, d'une proposition d'un nouveau service, etc.</p> <p>On se limitera à utiliser à un niveau simple les techniques d'enquête, d'entretien. On se limitera à aborder les quatre principales techniques :</p> <ul style="list-style-type: none"> remue-méninge ; raisonnement par analogie ; créativité assistée ; réunions avec tour de table.

CONNAISSANCES ASSOCIÉES	LIMITES
<ul style="list-style-type: none"> - Critères de recevabilité d'un projet - Conséquences humaines et financières de la mise en place d'un projet - Présentation d'un projet <p>4-2-3. MÉTHODOLOGIE D'ÉLABORATION D'UN PROJET PROFESSIONNEL</p> <p>La préparation du projet professionnel</p> <ul style="list-style-type: none"> * Les aptitudes - les goûts - les motivations * Les qualités requises pour occuper un type d'emploi * Les qualités à développer * La représentation de l'emploi visé * Les ajustements à opérer * Le profil des emplois dans la branche d'activité, le contenu des emplois * La politique d'emploi de la branche <p>Les techniques de recherche d'emploi</p> <ul style="list-style-type: none"> * Les méthodes de recherche d'emploi - Leur adaptation aux spécificités des entreprises/postes ciblés * La préparation à l'entretien de recrutement * L'analyse des résultats d'une démarche de recherche d'emploi * Les enseignements à en tirer * La relativisation des échecs 	<p>Il s'agit essentiellement de contrôler la cohérence globale du projet. Celles-ci doivent être étudiées en liaison avec les savoirs.</p> <p>On se limitera à utiliser les techniques d'enquête, interview, groupe d'analyse de valeur, principe de PARETO à travers leur application concrète appliquée au projet retenu.</p> <p>On ancrera les réflexions sur le tissu économique de proximité.</p>