



ACADEMIE  
D'AMIENS

**B.E.P.**

**Vente Action marchande**

**EP1**

**Pratique du merchandising  
et de la vente**

**Dossier**

**Contrôle en Cours de Formation**

## PRÉAMBULE

*L'arrêté du 11 juillet 2000, paru au Journal Officiel du 21 juillet 2000 modifie les diplômes de niveau V du secteur de la vente.*

*Le BEP Vente Action marchande est rénové à compter de la rentrée 2000-2001 et la première session du nouvel examen aura lieu en 2002.*

*Pour mieux répondre aux nécessités de la formation et pour mettre en place le contrôle en cours de formation prévu au règlement d'examen pour l'épreuve EP1 : Pratique du marchandisage et de la vente, un dossier académique a été élaboré. Réalisé par une équipe d'enseignants expérimentés, cet outil permettra de pratiquer des évaluations répondant aux exigences prévues par les textes.*

*Je remercie vivement les professeurs qui ont contribué à sa réalisation :*

- *Patrick Grandsire*
- *Marie-Laure Legrand*
- *Jacques Richet*
- *Jean-Luc Vilain*

*Amiens, le 7 février 2001  
Jacques Landot  
Inspecteur de l'Éducation Nationale*

## SOMMAIRE

	Pages
1...Préambule - Sommaire .....	2
2. Définition de l'épreuve EP1.....	3 à 5
3. Recommandations .....	6
4. Fiche signalétique du point de vente .....	7
5. Fiches produit	
a. Tracé type .....	8 à 9
b. Tracés spécifiques.....	10 à 21
6. Fiche descriptive d'une activité de marchandisage.....	22 à 23
7. Situation d'évaluation en établissement de formation	
a. Entretiens communication orale et indicateurs.....	24 à 27
b. Communication écrite et indicateurs .....	28 à 29
8. Négociation, suivi et évaluation des PFE	
a. Négociation et suivi .....	30 à 33
b. Evaluation et indicateurs .....	34 à 35
9. Récapitulatif de l'évaluation en établissement de formation .....	36
et en entreprise	

**DEFINITION DE L'EPREUVE EP1**  
**Pratique du merchandising et de la vente**  
(Dont coef 1 pour l'évaluation de la vie sociale et professionnelle)

### *Objectif de l'épreuve*

Cette épreuve a pour but de vérifier le niveau de compétences professionnelles du candidat ainsi que ses attitudes professionnelles dans le ou les points de vente d'accueil.

### *Contenu de l'épreuve*

L'épreuve doit mettre le candidat en situation de révéler les compétences professionnelles acquises en vente et en merchandising :

- présenter un point de vente (partie C.4.1.),
- communiquer - vendre (partie C.3.),
- participer à tout ou partie d'activités de gestion - présentation marchande des produits (partie C.2)

### *Critères d'évaluation*

- le niveau de maîtrise des compétences professionnelles en communication-vente et en gestion-présentation marchande des produits
- les attitudes professionnelles manifestées,
- la pertinence d'utilisation des documents et le degré de maîtrise des outils professionnels (outil informatique, de communication ... ).

### *Support de l'évaluation*

Le candidat élabore un dossier professionnel en liaison avec les activités en entreprise. Ce dossier comprend :

- **Une partie commerciale liée au point de vente d'accueil** : ce dossier, présenté avec l'outil informatique, est le témoin des résultats de la formation. Il comporte 4 fiches :

⇒ Une fiche signalétique du point de vente d'accueil ; son contenu s'appuie sur les compétences répertoriées en C.4.1 (de 4.1.1 à 4.1.4.) ; une page maximum ;

⇒ Deux fiches "produit" dont le contenu respecte les savoir-faire visant la maîtrise de la compétence C.2.1. Les produits retenus appartiennent ou non à une même famille ; ils sont représentatifs de tout ou partie de l'assortiment du ou des points de vente, ou du ou des rayons dans lesquels s'est déroulée la formation en entreprise ; deux pages maximum par fiche ;

*Ces fiches comportent l'identification, les caractéristiques techniques, commerciales des produits et leur impact psychologique, transformés en avantages "client". Elles contiennent les aspects de la connaissance du produit, susceptibles d'informer, de convaincre et de persuader un client. Elles font également apparaître la place du produit dans l'assortiment du point de vente et les règles de merchandising qui lui sont appliquées. Elles peuvent être assorties de quelques documents d'accompagnement significatifs élaborés par le candidat.*

⇒ Une fiche descriptive d'une activité de marchandisage (limitée à quelques sous-familles) réalisée en point de vente : à partir de schémas ou de photographies –avant et après l'activité- de tout ou partie de rayon ou de linéaire, relevé des activités réalisées (de la détection des manques à la mise en place et en valeur des produits), analyse des activités menées et justification des décisions prises ; deux pages maximum hors schémas ou annexes éventuels.

Ces documents sont initialisés en entreprise à l'aide de la documentation professionnelle, éventuellement, et complétés en établissement de formation. Pour aider le candidat, il est possible de lui fournir tout ou partie des masques de saisie des documents-supports de l'évaluation, cela afin d'alléger le travail de présentation.

- **Une partie administrative** constituée de documents permettant de vérifier la conformité à la réglementation de la formation en entreprise ou de l'activité salariée :

⇒ attestations précisant la durée des périodes, la nature du point de vente, le type des activités réalisées (communication-vente et gestion-présentation des produits), authentifiées par l'établissement.

⇒ attestation relative à l'activité salariée du candidat, le cas échéant.

Le candidat ayant échoué à une session est autorisé à représenter, à une session ultérieure, le dossier déjà constitué, enrichi et mis à jour, le cas échéant.

### ***Formes de l'évaluation***

#### **▷ A Evaluation par contrôle en cours de formation**

L'évaluation des acquis des candidats s'effectue sur la base d'un contrôle en cours de formation à l'occasion de deux situations d'évaluation réalisées au cours de la dernière année de formation, et qui ont pour support tout ou partie du dossier. Chaque situation permet, de manière réelle ou simulée, d'évaluer les compétences professionnelles (savoir-faire et connaissances associées) caractéristiques du diplôme en communication-vente et en gestion-présentation marchande des produits.

L'une des situations d'évaluation a lieu dans le centre de formation, l'autre a lieu au cours de la formation en entreprise. L'évaluation globale de l'épreuve porte sur 120 points.

#### **a) Situation SI :Évaluation en établissement de formation – (60 points)**

L'évaluation se déroule dans le cadre des activités habituelles de formation professionnelle.

Elle consiste en deux ou trois entretiens (*pour un même candidat l'ensemble des entretiens, réalisés en terminale BEP décalés dans le temps n'excède pas 25 à 30 minutes au total*) portant sur la pratique des outils d'information et de communication et sur les éléments du dossier :

- la fiche signalétique
- l'une des deux fiches « produit » qui permet au candidat de réaliser une argumentation dans une situation de vente donnée (l'enseignant ou le formateur choisit la fiche " produit) ;
- la fiche descriptive d'une activité de marchandisage.

La communication écrite est évaluée à travers les 4 fiches contenues dans le dossier : *l'on doit tenir compte de la présentation de la qualité de la communication écrite (clarté, rédaction ... ), de la maîtrise l'outil informatique, de la précision des contenus et du vocabulaire professionnel utilisé.*

Un professionnel au moins est associé à la mise en oeuvre de la situation d'évaluation. L'équipe pédagogique participe à l'évaluation de la communication écrite. La situation en centre de formation est évaluée sur 60 points qui se répartissent ainsi

- Entretiens 40 points
- Communication écrite du dossier 20 points.

L'inspecteur de l'éducation nationale de la spécialité veille au bon déroulement de l'évaluation organisée sous la responsabilité du chef de l'établissement de formation.

### **b) - Situation S2 : Évaluation liée à la formation en entreprise – (60 points)**

Le tuteur en entreprise (ou le maître d'apprentissage) et le professeur (ou le formateur) de l'établissement de formation se concertent pour mettre en place deux ou trois séquences d'évaluation qui se déroulent dans le cadre des activités habituelles du point de vente. Tuteur et professeur (ou formateur), dans la mesure du possible, assistent à tout ou partie des activités du candidat. Ils se concertent pour apprécier la pratique professionnelle du candidat et sa maîtrise des outils d'information et de communication.

Les compétences professionnelles sont appréciées sur 40 points, les attitudes professionnelles manifestées par le candidat sur 20 points.

Les critères d'évaluation sont établis sur la base du référentiel et explicités dans un document remis à l'entreprise par le centre de formation et validé au plan académique. **La synthèse est faite par le formateur de l'entreprise et le professeur ou formateur de vente au sein du point de vente.**

La proposition de note à l'épreuve (coef 6) est faite sur 20 en points entiers.

## **RECOMMANDATIONS DE L'INSPECTION GENERALE RELATIVES A LA RENOVATION ET A L'ORGANISATION DES ENSEIGNEMENTS EN BEP VAM**

### **Rôle de l'équipe disciplinaire « vente »**

Devant la division complète, le professeur privilégie les apports en terme de concepts et notions de base. L'enseignement dispensé en demi-groupe, les projets pluridisciplinaires et la formation en entreprise permettent de développer les compétences professionnelles (savoir-faire et savoirs) prévues par le référentiel de certification, ainsi que les attitudes professionnelles (savoir être).

⇒ La nécessité de travailler en équipe,

⇒ Le fait qu'une épreuve d'examen (EPI) évalue à la fois la pratique du merchandising et celle de la vente,

⇒ Le fait que le professeur de vente soit nécessairement impliqué dans l'évaluation de la formation en entreprise,

### **conduisent à répartir l'enseignement de la vente dans une même division entre deux PLP « vente ».**

En conséquence, il est judicieux de confier au même enseignant les heures relatives à « l'approvisionnement du point de vente » et à « l'exploitation commerciale du point de vente ». Le second professeur se voit alors confier les heures de « gestion des produits et présentation marchande » et de « communication-vente ».

### **Utilisation des laboratoires de vente**

Aucun horaire de travaux professionnels n'est dégagé spécifiquement. Les deux professeurs de vente responsables respectivement des enseignements SI/S4 et S2/S3 prennent obligatoirement en charge les heures correspondantes dispensées en demi-groupe.

Conformément aux recommandations fournies par le «guide d'équipement pour les formations tertiaires» publié par la Direction de l'enseignement scolaire, les heures de travaux en demi-groupe se déroulent dans deux salles (si possible contiguës), équipées

⇒ pour la première, de matériels, moyens de communication et ressources logicielles et documentaires : une ligne téléphonique. l'accès à un poste multimédia ainsi que 10 à 12 micro-ordinateurs,

⇒ pour la seconde, de matériels spécifiques à l'enseignement de la vente : gondoles, portants, caisse enregistreuse, espace d'évolution pour simulations et jeux de rôle...

⇒ L'espace « vente » doit être équipé du matériel vidéo, indispensable au déroulement des cours en classe entière ou en groupe : télévision + magnétoscope - caméscope.

Il serait bon que les heures dispensées en demi-groupe soient prévues sur la même plage horaire. Ainsi, les deux professeurs de vente ont la possibilité d'harmoniser leurs stratégies pédagogiques respectives, notamment au niveau de l'évaluation en établissement de formation (répartition de la charge de travail au regard des deux ou trois entretiens d'évaluation par élève, présentation et évaluation du dossier, support de l'évaluation...).

# Pratique du merchandising et de la vente

## Situation S1 :

### Evaluation en établissement de formation

Nom de l'élève :  
Prénom :  
Centre de formation :  
Lieu de P.F.E. :

## FICHE SIGNALÉTIQUE DU POINT DE VENTE

### 1 - IDENTIFICATION DU MAGASIN :

Enseigne :

Nom du responsable :

Adresse :

N° de téléphone :

N° de télécopie :

Activité principale exercée :

Forme juridique :

Statut du commerçant :

Surface de vente :

Effectif (joindre éventuellement l'organigramme) :

### 2 - SITUATION GÉOGRAPHIQUE DU POINT DE VENTE :

Zone de chalandise : (éventuellement joindre un plan)

Atouts géographiques et commerciaux de l'implantation :

### 3 - SITUATION DU POINT DE VENTE DANS L'APPAREIL COMMERCIAL :

Forme de commerce :

Canal(aux) de distribution utilisé(s) :

### 4 - POSITIONNEMENT COMMERCIAL DU POINT DE VENTE :

- **Produits :**

Type d'assortiment :

Marques principales :

- **Clientèle :**

- **Méthode(s) de vente pratiquée(s) :**

- **Politique de prix :**

- **Services à la clientèle :**

- **Activités commerciales informatisées :**

### 5 – COMPARAISON DU POINT DE VENTE AVEC LA CONCURRENCE :

Principaux concurrents :

Points forts et points faibles du magasin par rapport à la concurrence :

**Epreuve EP1 :  
Pratique du merchandising et de la vente**

**Situation S1 :  
Evaluation en établissement de formation  
FICHE PRODUIT n°**

Nom de l'élève :

Prénom :

Centre de formation :

Lieu de P.F.E. :

CARACTERISTIQUES		AVANTAGES "CLIENT"	MOBILES D'ACHAT
<b>IDENTIFICATION DU PRODUIT</b>			
Nom :			
Marque :			
Appellation, modèle, référence :			
Fabricant :			
Lieu de fabrication :			
<b>CARACTERISTIQUES TECHNIQUES</b>			
Description :			
Dimensions :			
Poids :			
Matières, composition :			
Couleurs :			
Performances :	<i>Rubriques variables en fonction du produit vendu.</i>		

<b>CARACTERISTIQUES TECHNIQUES (suite)</b>			<b>MOBILES D'ACHAT</b>
Conseils d'utilisation :			
Conseils d'entretien :			
<b>CARACTERISTIQUES COMMERCIALES</b>			
Label, normes :	<i>(éventuellement)</i>		
Conditionnement :	<i>(éventuellement)</i>		
Prix et mode de règlement :			
Garantie :			
Service après-vente :			
Publicité :			
Concurrence :			
Ventes complémentaires :			
<b>PLACE DU PRODUIT DANS L'ASSORTIMENT DU POINT DE VENTE :</b>			
<b>REGLES DE MARCHANDISAGE APPLIQUEES AU PRODUIT :</b>			

**Epreuve EP1 :  
Pratique du merchandising et de la vente**

**Situation S1 :  
Evaluation en établissement de formation**

Nom de l'élève :

Prénom :

Centre de formation :

Lieu de P.F.E. :

**FICHE PRODUIT n°  
PRODUIT ELECTRODOMESTIQUE**

CARACTERISTIQUES		AVANTAGES "CLIENT"	MOBILES D'ACHAT
<b>IDENTIFICATION DU PRODUIT</b>			
Nom :			
Marque :			
Modèle, référence :			
Lieu de fabrication :			
<b>CARACTERISTIQUES TECHNIQUES</b>			
DESCRIPTION :			
Forme :	<i>(éventuellement)</i>		
Dimensions :			
Poids :	<i>(éventuellement)</i>		
Matières :			
Couleurs :			
Alimentation :	<i>(éventuellement)</i>		
Puissance :	<i>Rubriques variables en fonction du produit vendu :</i>		
Consommation :	Exemple n° 1 : Lave-linge :		
Performances :	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Classe énergétique</li> <li>- Matière de la cuve</li> <li>- Type de programmation et nombre de programmes</li> <li>- Programmes spéciaux</li> <li>- Capacité variable</li> <li>- Vitesse d'essorage</li> <li>- Système Posistop</li> <li>- etc...</li> </ul>		
	Exemple n° 2 : Micro-ordinateur :		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Type et puissance du processeur</li> <li>- Capacité de la mémoire centrale</li> <li>- Capacité du disque dur</li> <li>- Performances de la carte graphique</li> <li>- Format et qualité du moniteur</li> <li>- Présence d'un modem, d'un lecteur de DVD, d'un graveur</li> <li>- etc...</li> </ul>		

CARACTERISTIQUES TECHNIQUES (suite)		AVANTAGES "CLIENT"	MOBILES D'ACHAT
2° UTILISATION : Particularités d'utilisation :			
Entretien, maintenance :			
CARACTERISTIQUES COMMERCIALES			
Label, normes :	<i>(éventuellement)</i>		
Conditionnement :	<i>(éventuellement)</i>		
Prix et mode de règlement :			
Garantie :			
S.A.V. :			
Publicité :			
Concurrence :			
Ventes complémentaires :			
<b>PLACE DU PRODUIT DANS L'ASSORTIMENT DU POINT DE VENTE :</b>			
<b>REGLES DE MARCHANDISAGE APPLIQUEES AU PRODUIT :</b>			

**Epreuve EP1 :  
Pratique du merchandising et de la vente**

**Situation S1 :  
Evaluation en établissement de formation**

Nom de l'élève :

Prénom :

Centre de formation :

Lieu de P.F.E. :

**FICHE PRODUIT n°  
EQUIPEMENT DE LA PERSONNE : CHAUSSURE**

CARACTERISTIQUES		AVANTAGES "CLIENT"	MOBILES D'ACHAT
<b>IDENTIFICATION DU PRODUIT</b>			
Nom :			
Marque :			
Référence, modèle :			
Fabricant :			
Lieu de fabrication :			
<b>CARACTERISTIQUES TECHNIQUES</b>			
Forme générale de la chaussure :	<i>Exemples : mocassin, derby, loafer, escarpin, trotteur, botte, etc...</i>		
Matières :			
- Empeigne/tige :	<i>Exemples : cuir vachette pleine fleur, croûte de cuir vachette, nubuck, box-calf, etc...</i>		
- première de propreté :			
- doublure :			
- semelle :	<i>Exemples : cuir, gomme, élastomère, latex, crêpe, etc...</i>		
Semelle :			
- montage :	<i>Exemples : cousu, collé, soudé, good-year, cousu black, etc...</i>		
- particularités :	<i>Exemples : lisse, crantée, antidérapante, etc...</i>		
Talon :			
- forme :	<i>Exemples : plat, compensé, gorge, etc...</i>		
- hauteur :			
- montage :	<i>(éventuellement)</i>		
Laçage :			
Particularités :	<i>Exemples : renforts cheville, soufflet d'aisance, etc...</i>		

<b>CARACTERISTIQUES TECHNIQUES (suite)</b>		<b>AVANTAGES "CLIENT"</b>	<b>MOBILES D'ACHAT</b>
Coloris disponibles :			
Pointures :			
Entretien :			
<b>CARACTERISTIQUES COMMERCIALES</b>			
Label :	<i>(éventuellement)</i>		
Prix :			
Publicité :			
Concurrence :			
Ventes complémentaires :			
<b>PLACE DU PRODUIT DANS L'ASSORTIMENT DU POINT DE VENTE :</b>			
<b>REGLES DE MARCHANDISAGE APPLIQUEES AU PRODUIT :</b>			

**Epreuve EP1 :  
Pratique du merchandising et de la vente**

**Situation S1 :  
Evaluation en établissement de formation**

Nom de l'élève :

Prénom :

Centre de formation :

Lieu de P.F.E. :

**FICHE PRODUIT n°**

**EQUIPEMENT DE LA PERSONNE : PRODUIT VESTIMENTAIRE**

CARACTERISTIQUES		AVANTAGES "CLIENT"	MOBILES D'ACHAT
<b>IDENTIFICATION DU PRODUIT</b>			
Nom :			
Marque :			
Référence, modèle :	<i>(éventuellement)</i>		
Fabricant :			
Lieu de fabrication :	<i>(éventuellement)</i>		
<b>CARACTERISTIQUES TECHNIQUES</b>			
Forme générale du vêtement :	Coupe du vêtement		
Détails et finitions :	Rubriques variables en fonction du produit vendu :  Exemple n° 1 : pantalon : - Taille (passants, patte de serrage...) - Largeur du bas - Fermeture (boutons, glissière, agrafe...) - Pincés - Poches (nombre, forme, emplacement...) - etc...  Exemple n° 2 : pull, chemisier... : - Encolure - Emmanchures - Terminaison des poignets - Terminaison de la base - Fermeture - Motifs - etc...		
Matière(s) :			
Coloris :			
Tailles disponibles :			

<b>CARACTERISTIQUES TECHNIQUES (suite)</b>		<b>AVANTAGES "CLIENT"</b>	<b>MOBILES D'ACHAT</b>
Utilisation :	<i>Exemples : saison, circonstances particulières, vêtements complémentaires...</i>		
Entretien :	<i>Code d'entretien (représenter les 5 symboles et donner leur signification) Eventuellement, conseils d'entretien particuliers.</i>		
<b>CARACTERISTIQUES COMMERCIALES</b>			
Label :	<i>(éventuellement)</i>		
Prix :			
Publicité :			
Concurrence :			
Ventes complémentaires :			
<b>PLACE DU PRODUIT DANS L'ASSORTIMENT DU POINT DE VENTE :</b>			
<b>REGLES DE MARCHANDISAGE APPLIQUEES AU PRODUIT :</b>			

**Epreuve EP1 :**  
**Pratique du merchandising et de la vente**

**Situation S1 :**  
**Evaluation en établissement de formation**

**FICHE PRODUIT n°**

Nom de l'élève :
Prénom :
Centre de formation :
Lieu de P.F.E. :
Session :

**PRODUIT CULTUREL : SUPPORT ENREGISTRE**

CARACTERISTIQUES		AVANTAGES "CLIENT"	MOBILES D'ACHAT
<b>IDENTIFICATION DU PRODUIT</b>			
Type de support :	<i>CD audio, cassette vidéo, DVD, CD-Rom, etc</i>		
Titre :			
Auteur :			
Compositeur :	<i>(éventuellement)</i>		
Interprète(s) :	<i>(éventuellement)</i>		
Réalisateur :	<i>(éventuellement)</i>		
Producteur :			
Editeur :			
Collection :	<i>(éventuellement)</i>		
Date d'édition :			
<b>CARACTERISTIQUES DU PRODUIT</b>			
1° DESCRIPTION :			
Pochette, boîtier :	<i>Description</i>		
Durée totale :	<i>(sauf CD-Rom)</i>		
Contenu :	<i>Différents titres (disque, cassette) Nombre d'articles, de photos, de schémas, durée des vidéos, des animations (CD-Rom), etc...</i>		
Contenu du livret :	<i>(éventuellement)</i>		
2° COMPOSITEUR :			
(ou INTERPRETE , ou REALISATEUR ou EDITEUR, ...)	<i>(selon le produit choisi)</i>		
Biographie :			
Principaux succès :			

CARACTERISTIQUES DU PRODUIT (suite)		AVANTAGES "CLIENT"	MOBILES D'ACHAT
3° UTILISATION DU PRODUIT : Matériel requis : Intérêt du produit :	<i>(éventuellement)</i>  <i>Type(s) d'utilisation(s) possible(s)</i>  <i>Aspect distrayant, ludique, informatif, pédagogique, ..., du produit.</i>		
4° COMMENTAIRES PERSONNELS			
CARACTERISTIQUES COMMERCIALES			
Récompense obtenue : Prix : Publicité : Assistance technique : Vente complémentaire :	<i>(éventuellement)</i>    <i>(éventuellement)</i>  <i>(éventuellement)</i>		
PLACE DU PRODUIT DANS L'ASSORTIMENT DU POINT DE VENTE :			
REGLES DE MARCHANDISAGE APPLIQUEES AU PRODUIT :			

**Epreuve EP1 :  
Pratique du merchandising et de la vente**

**Situation S1 :  
Evaluation en établissement de formation**

Nom de l'élève :
Prénom :
Centre de formation :
Lieu de P.F.E. :

**FICHE PRODUIT n°  
PRODUIT CULTUREL : LIVRE**

CARACTERISTIQUES		AVANTAGES "CLIENT"	MOBILES D'ACHAT
<b>IDENTIFICATION DE L'OUVRAGE</b>			
Genre littéraire :	<i>(éventuellement)</i>		
Titre :			
Auteur :			
Editeur :			
Collection :			
Date du dépôt légal :			
N° ISBN :			
Imprimeur et date d'impression :			
<b>CARACTERISTIQUES DE L'OUVRAGE</b>			
1° DESCRIPTION :	<i>Description</i>		
Couverture :			
Nombre de pages :			
Divisions de l'ouvrage :			
Illustrations :	<i>(éventuellement)</i>		
2° AUTEUR :			
Biographie :			
Œuvres principales :			

CARACTERISTIQUES DE L'OUVRAGE (suite)		AVANTAGES "CLIENT"	MOBILES D'ACHAT
3° CONTENU DE L'OUVRAGE : Personnages principaux :  Résumé :  4° COMMENTAIRES PERSONNELS			
<b>CARACTERISTIQUES COMMERCIALES</b>			
Récompense littéraire : Prix : Publicité :  Vente complémentaire :	(éventuellement)    (éventuellement)		
<b>PLACE DU PRODUIT DANS L'ASSORTIMENT DU POINT DE VENTE :</b>			
<b>REGLES DE MARCHANDISAGE APPLIQUEES AU PRODUIT :</b>			

**Epreuve EP1 :  
Pratique du merchandising et de la vente**

**Situation S1 :  
Evaluation en établissement de formation**

Nom de l'élève :

Prénom :

Centre de formation :

Lieu de P.F.E. :

Session :

**FICHE PRODUIT n°**

**PRODUIT VEGETAL**

CARACTERISTIQUES		AVANTAGES "CLIENT"	MOBILES D'ACHAT
<b>IDENTIFICATION DU PRODUIT</b>			
Nom courant :			
Nom scientifique :			
Famille :			
Origine :			
<b>CARACTERISTIQUES TECHNIQUES</b>			
Description :			
Exposition :	<i>Lumière, température...</i>		
Utilisation(s), Intérêt décoratif :	<i>Utilisation : En extérieur, isolée, en arrangement, en suspension, en véranda, etc... Intérêt décoratif : par le feuillage, la floraison, la fructification, par la taille de la plante...</i>		
Multiplication :	<i>Par semis, bouturage, greffage, division...</i>		
Entretien :			
- arrosage :	<i>Fréquence, quantité d'eau...</i>		
- fertilisation :	<i>Période, fréquence...</i>		
- taille :	<i>Période, technique...</i>		
- repotage :	<i>Période, substrat...</i>		
- soins particuliers :	<i>Exemples : tuteurage, nettoyage des feuilles...</i>		

<b>CARACTERISTIQUES TECHNIQUES (suite)</b>		<b>AVANTAGES "CLIENT"</b>	<b>MOBILES D'ACHAT</b>
Points sensibles, parasites, maladies les plus fréquentes et traitements adaptés :			
<b>CARACTERISTIQUES COMMERCIALES</b>			
Conditionnement :	<i>(éventuellement)</i>		
Prix :			
Concurrence :			
Ventes complémentaires :			
<b>PLACE DU PRODUIT DANS L'ASSORTIMENT DU POINT DE VENTE :</b>			
<b>REGLES DE MARCHANDISAGE APPLIQUEES AU PRODUIT :</b>			

# FICHE DESCRIPTIVE D'UNE ACTIVITE DE MARCHANDISAGE

## REIMPLANTATION D'UN RAYON OU DU MAGASIN

### LA SITUATION – LE THEME CHOISI

### L'OBJECTIF :

- Pourquoi ?
- Quand ?

### SCHEMAS OU PHOTOS AVANT L'ACTIVITE (à joindre en annexe)

### RELEVÉ DES ACTIVITÉS RÉALISÉES

**SCHEMAS OU PHOTOS APRES L'ACTIVITE (à joindre en annexe)**

**ANALYSE ET JUSTIFICATION DES DECISIONS PRISES**

(utiliser éventuellement la méthode des 5 B ou des 5M)



<b>BEP VENTE – ACTION MARCHANDE</b>	<b>C.C.F.</b>
CANDIDAT : NOM _____ Prénom _____	Session : _____

## EP1 - PRATIQUE DU MARCHANDISAGE ET DE LA VENTE

### S1 - SITUATION D'EVALUATION EN ETABLISSEMENT DE FORMATION

Lycée professionnel	<input type="radio"/>
Centre de formation d'apprentis	<input type="radio"/>

ENTRETIENS						
	1 <sup>er</sup> entretien		2 <sup>ème</sup> entretien		3 <sup>ème</sup> entretien <i>(éventuellement)</i>	
Date						
Durée						
Objet de l'entretien						
Evalueurs	Nom	Signature	Nom	Signature	Nom	Signature

**ENTRETIENS**  
**COMMUNICATION ORALE**  
 (consultez l'indicateur d'évaluation)

PRESTATIONS ORALES	1 <sup>er</sup> entretien				2 <sup>nd</sup> entretien				3 <sup>ème</sup> entretien			
	TI (0,50)	I (1,00)	S (1,5)	TS (2,00)	TI (0,50)	I (1,00)	S (1,5)	TS (2,00)	TI (0,50)	I (1,00)	S (1,5)	TS (2,00)
<b>1 – Fiche produit n°1 ou 2</b>												
- Construction des arguments proposés												
- Adaptation des arguments aux clients												
- Pertinence des arguments exposés												
<b>2 – Fiche signalétique du point de vente</b>												
- Enoncé des éléments constitutifs de la situation du point de vente												
- Enoncé des éléments constitutifs de la position commerciale												
- Comparaison du point de vente avec les concurrents												
<b>3 – Activité « marchandisage »</b>												
- Thème et objectifs énoncés												
- Description de l'activité												
- Justification de la méthode mise en œuvre												
<b>4 – Outils d'information et de communication (dans le point de vente ou en centre de formation)</b>												
- Présentation des outils utilisés												
- Utilisation des outils												
- Intérêt des outils utilisés pour les tâches réalisées												
<b>5 – Communication</b>												
- Communication verbale												
- Communication non verbale												
- Utilisation du vocabulaire professionnel												
- Indépendance par rapport à la fiche												
<b>TOTAL DES ENTRETIENS</b> (sur 40 ou 60 points)	/20				/20				/20			
<b>NOTE PROPOSEE</b> (sur 40 points, ne pas arrondir)									/40			
<b>Noms du (ou des) évaluateur(s) « vente » :</b>						<b>Visa(s) :</b>						

## INDICATEURS D'EVALUATION S1 - COMMUNICATION ORALE /40

Deux ou trois entretiens (pour un même candidat, l'ensemble des entretiens, réalisés en terminale BEP, décalés dans le temps n'excède pas 25 à 30 mm au total), portant sur la pratique des outils d'information et de communication et sur les éléments du dossier.

*Le 3<sup>ème</sup> entretien est facultatif. On pourra, le cas échéant, interroger l'élève sur la prestation "communication" et au choix sur 2 des 4 documents du dossier.*

### Items 1 - FICHES "PRODUIT"<sup>1</sup> et 2

Les indicateurs présentés ci-dessous permettent au professeur de vente de tracer le profil du candidat lors de l'entretien sur l'argumentation "produit". Il choisit la fiche "produit" sur laquelle va porter l'entretien. Il précise au candidat le type de client et les mobiles d'achat.

INDICATEURS D EVALUATION	Evaluation	Points attribués
<b>Construction des arguments proposés :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Description simple du produit (aucun avantage)</li> <li>• Traduction superficielle des caractéristiques en avantages</li> <li>• Avantages "client" cités mais insuffisamment développés</li> <li>• Avantages "client" clairs, développés et justifiés.</li> </ul>	TI I S TS	0.5 1 1.5 2
<b>Adaptation des arguments au client :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aucun argument</li> <li>• Arguments inadaptés en totalité aux besoins du client</li> <li>• Arguments partiellement adaptés</li> <li>• Argumentation en adéquation avec les besoins identifiés.</li> </ul>	TI I S TS	0.5 1 1.5 2
<b>Pertinence des arguments exposés :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aucun argument pertinent</li> <li>• Mise en avant d'arguments secondaires en majorité</li> <li>• Association d'arguments secondaires et pertinents</li> <li>• Utilisation d'arguments majeurs et déterminants du produit.</li> </ul>	TI I S TS	0.5 1 1.5 2

### Items 5 - "communication"

Les indicateurs présentés ci-dessous permettent au professeur (ou au formateur) de vente, de tracer le profil du candidat en ce qui concerne sa capacité à communiquer oralement.

INDICATEURS D'EVALUATION	Evaluation	Points attribués
<b>Communication verbale :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Langage et paralangage inadaptés (niveau, articulation, ton, rythme)</li> <li>• Langage ou paralangage inadapté</li> <li>• Langage et paralangage corrects</li> <li>• Expression claire et agréable</li> </ul>	TI I S TS	0.5 1 1.5 2
<b>Communication non-verbale :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Non-verbal inadapté (regard, tenue, gestes, mimiques)</li> <li>• Non-verbal partiellement inadapté</li> <li>• Gestuelle adaptée</li> <li>• Gestuelle parfaitement adaptée tout au long de l'entretien</li> </ul>	TI I S TS	0.5 1 1.5 2
<b>Utilisation du vocabulaire professionnel :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aucune utilisation du vocabulaire professionnel</li> <li>• Vocabulaire professionnel utilisé sur sollicitation de l'interlocuteur</li> <li>• Vocabulaire professionnel utilisé partiellement</li> <li>• Vocabulaire professionnel utilisé à bon escient</li> </ul>	TI I S TS	0.5 1 1.5 2
<b>Indépendance par rapport à la fiche :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Recours systématique</li> <li>• Recours fréquent ou quasi-lecture</li> <li>• Recours limité</li> <li>• Indépendance complète</li> </ul>	TI I S TS	0.5 1 1.5 2

## AUTRES PRESTATIONS ORALES

Items : 2 - fiche signalétique, 3 - marchandisage et 4 - outils de communication

INDICATEURS D EVALUATION	Evaluation	Points attribués
<b>1. Fiche signalétique du point de vente</b>		
Enoncé des éléments constitutifs de la situation du point de vente <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aucune maîtrise</li> <li>• Connaissance partielle</li> <li>• Connaissance de l'ensemble</li> <li>• Très bonne connaissance du point de vente</li> </ul>	TI I S TS	0.5 1 1.5 2
Enoncé des éléments constitutifs de la politique commerciale <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aucune maîtrise</li> <li>• Evocation partielle</li> <li>• Evocation de l'ensemble</li> <li>• Mise en évidence pertinente de la relation produit/communication/prix</li> </ul>	TI I S TS	0.5 1 1.5 2
Comparaison du point de vente avec les concurrents <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aucune comparaison</li> <li>• Comparaison partielle</li> <li>• Positionnement correct</li> <li>• Positionnement du point de vente différencié et justifié</li> </ul>	TI I S TS	0.5 1 1.5 2
<b>2. Activité "marchandisage"</b>		
Thème et objectifs énoncés : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Eléments incompréhensifs</li> <li>• Présentation très partielle</li> <li>• Des oublis dans l'énoncé</li> <li>• Thème et objectifs très clairs</li> </ul>	TI I S TS	0.5 1 1.5 2
Description de l'activité : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Description compréhensive</li> <li>• Description partielle</li> <li>• Des oublis dans la description</li> <li>• Activité de marchandisage décrite complètement</li> </ul>	TI I S TS	0.5 1 1.5 2
Justification de la méthode mise en œuvre <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aucune restitution des règles de marchandisage</li> <li>• Restitution partielle des règles de marchandisage</li> <li>• Restitution complète sans analyse</li> <li>• Analyse pertinente et complète des pratiques de marchandisage</li> </ul>	TI I S TS	0.5 1 1.5 2
<b>3. Outils d'information et de communication ( point de vente, en centre de formation)</b>		
Présentation des outils utilisés pour la réalisation du dossier : (logiciel informatique, recherches d'éléments : fiches techniques, catalogues, presse, Internet...) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Présentation inexistante des outils utilisés</li> <li>• Présentation erronée</li> <li>• Présentation partielle</li> <li>• Présentation complète des outils utilisés</li> </ul>	TI I S TS	0.5 1 1.5 2
Utilisation des outils utilisés pour la réalisation du dossier : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ignorance des fonctions des outils</li> <li>• Connaissance partielle des fonctions</li> <li>• Maîtrise partielle des outils</li> <li>• Utilisation efficace des outils</li> </ul>	TI I S TS	0.5 1 1.5 2
Intérêt des outils pour les tâches réalisées : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aucune perception de l'intérêt des outils</li> <li>• Perception partielle</li> <li>• Intérêt connu et évoqué</li> <li>• Intérêt connu et bien argumenté</li> </ul>	TI I S TS	0.5 1 1.5 2



## COMMUNICATION ECRITE

(consultez l'indicateur d'évaluation)

N°	DOCUMENTS	TI	I	S	TS
		(0,25 pt)	(0,50 pt)	(0.75 pt)	(1 pt)
<b>1</b>	<b>FICHE SIGNALÉTIQUE DU POINT DE VENTE</b>				
	• Contenu				
	• Rédaction				
	• Vocabulaire professionnel				
	• Outil informatique				
	• Présentation				
<b>2</b>	<b>FICHE "PRODUIT" N°1</b>				
	• Contenu				
	• Rédaction				
	• Vocabulaire professionnel				
	• Outil informatique				
	• Présentation				
<b>3</b>	<b>FICHE "PRODUIT" N°2</b>				
	• Contenu				
	• Rédaction				
	• Vocabulaire professionnel				
	• Outil informatique				
	• Présentation				
<b>4</b>	<b>FICHE DESCRIPTIVE D'UNE ACTIVITE DE MARCHANDISAGE</b>				
	• Contenu				
	• Rédaction				
	• Vocabulaire professionnel				
	• Outil informatique				
	• Présentation				

NOTE PROPOSEE

/20
-----

Nom des évaluateurs	VISAS

## Indicateur d'évaluation S1 : communication écrite/20

Le dossier est élaboré progressivement dans l'établissement.

Pour l'évaluation des quatre documents contenus dans le dossier :

- **Fiche signalétique**
- **2 fiches "produit"**
- **fiche descriptive d'une activité de merchandising,**

on doit tenir compte des indicateurs d'évaluation suivants :

INDICATEURS D EVALUATION	Evaluation	Points attribués
<b>Contenu (différentes rubriques)</b>		
• Eléments incontournables du document absents	<b>TI</b>	0,25 point
• Eléments incontournables du document partiellement renseignés	<b>I</b>	0,5 point
• Des éléments mineurs absents	<b>S</b>	0.75 point
• Fond parfaitement maîtrisé	<b>TS</b>	1 point
<b>Rédaction (style, orthographe, ponctuation)</b>		
• Document inacceptable	<b>TI</b>	0,25 point
• Présence de nombreuses fautes de style et d'orthographe	<b>I</b>	0,5 point
• Présence de deux fautes d'orthographe, ou de style, ou de ponctuation	<b>S</b>	0.75 point
• Document sans fautes	<b>TS</b>	1 point
<b>Vocabulaire professionnel</b>		
• Vocabulaire professionnel insuffisamment utilisé	<b>TI</b>	0,25 point
• Vocabulaire professionnel utilisé, mais inadapté	<b>I</b>	0,5 point
• Vocabulaire professionnel présent	<b>S</b>	0.75 point
• Vocabulaire professionnel présent et utilisé à bon escient	<b>TS</b>	1 point
<b>Outil informatique</b>		
• Pas d'utilisation de l'outil informatique	<b>TI</b>	0,25 point
• Utilisation incorrecte	<b>I</b>	0,5 point
• Utilisation correcte des différentes fonctionnalités	<b>S</b>	0.75 point
• Excellente utilisation des différentes fonctionnalités	<b>TS</b>	1 point
<b>Présentation</b>		
• Aucun soin (document raturé, froissé ou taché)	<b>TI</b>	0,25 point
• Manque de soin, soin insuffisant et irrégulier	<b>I</b>	0,5 point
• Présentation correcte du document	<b>S</b>	0.75 point
• Recherche dans la présentation	<b>TS</b>	1 point

**Chaque document est noté sur 5      TOTAL ECRIT = /20**

Observations particulières, pénalisations ....



# BEP VENTE - ACTION MARCHANDE

*EP1 - Contrôle en cours de formation*

## NEGOCIATION ET SUIVI

### DES PERIODES DE FORMATION EN ENTREPRISE

CANDIDAT	ENTREPRISE(S)
Nom : Prénom :	1 <sup>ère</sup> entreprise  TUTEUR (OU MAITRE D'APPRENTISSAGE) : Nom : Fonction : Signature :
<b>ETABLISSEMENT D'ORIGINE</b>	
<b>PROFESSEUR(S) RESPONSABLE(S)</b>	
Nom : Signature :	2 <sup>ème</sup> entreprise  TUTEUR (OU MAITRE D'APPRENTISSAGE) : Nom : Fonction : Signature :
Nom : Signature :	
Nom : Signature :	

A. COMPETENCES PROFESSIONNELLES	PFE N° ____ du ____ au ____				Observations
	ENTREPRISE :				
	Choix		Conditions		
OBJECTIFS DE FORMATION	(a)	(b)	(c)	(d)	
<b>Ø Présenter les produits à la vente</b>					
ACTIVITES					
<ul style="list-style-type: none"> <li>Mise en rayon des produits</li> <li>Mise en place d'opérations événementielles et promotionnelles</li> <li></li> </ul>	..	..	..	..	
	..	..	..	..	
	..	..	..	..	
<b>Ø Participer à la signalétique</b>					
ACTIVITES					
<ul style="list-style-type: none"> <li>Mise à jour de l'étiquetage</li> <li>Installation de supports publicitaires</li> <li></li> </ul>	..	..	..	..	
	..	..	..	..	
	..	..	..	..	
<b>Ø Maintenir l'attractivité de la surface de vente</b>					
ACTIVITES					
<ul style="list-style-type: none"> <li>Opérations de lutte contre la démarque</li> <li>Opérations liées au maintien de l'espace de vente en état vendeur (rotation des produits, détection des produits impropres, mise en valeur des produits)</li> <li></li> </ul>	..	..	..	..	
	..	..	..	..	
	..	..	..	..	
<b>Ø Préparer l'information avant la vente</b>					
ACTIVITES					
<ul style="list-style-type: none"> <li>Construction de tout ou partie d'argumentaire</li> <li></li> </ul>	..	..	..	..	
	..	..	..	..	
<b>Ø Prendre en charge le client</b>					
ACTIVITES					
<ul style="list-style-type: none"> <li>Accueil du client</li> <li>Orientation du client</li> <li></li> </ul>	..	..	..	..	
	..	..	..	..	
	..	..	..	..	
<b>Ø Mener le dialogue de vente</b>					
ACTIVITES					
<ul style="list-style-type: none"> <li>Recherche des besoins, questionnement</li> <li>Proposition de produits adaptés, choix des arguments</li> <li>Proposition de produits additionnels</li> <li>Recherche de l'accord du client</li> <li></li> </ul>	..	..	..	..	
	..	..	..	..	
	..	..	..	..	
	..	..	..	..	
<b>Ø Finaliser la vente</b>					
ACTIVITES					
<ul style="list-style-type: none"> <li>Calcul du prix à payer, emballage, ensachage</li> <li>Etablissement des documents consécutifs à la vente</li> <li>Prise de congé</li> <li></li> </ul>	..	..	..	..	
	..	..	..	..	
	..	..	..	..	
	..	..	..	..	
<b>Ø Participer à la fidélisation de la clientèle</b>					
ACTIVITES					
<ul style="list-style-type: none"> <li>Proposition d'une carte de fidélité et d'échantillons</li> <li>Mise à jour du fichier "clients"</li> <li></li> </ul>	..	..	..	..	
	..	..	..	..	
	..	..	..	..	

(a) Cochez les cases correspondant aux activités négociées

(b) Cochez les cases correspondant aux activités réalisées

(c) Activités effectuées avec aide

(d) Activités effectuées en autonomie

PFE N° _____ du _____ au _____					PFE N° _____ du _____ au _____				
ENTREPRISE :					ENTREPRISE :				
Choix <sup>1</sup>		Conditions <sup>1</sup>		Observations	Choix		Conditions		Observations
(a)	(b)	(c)	(d)		(a)	(b)	(c)	(d)	
..	..	..	..		..	..	..	..	
..	..	..	..		..	..	..	..	
..	..	..	..		..	..	..	..	
..	..	..	..		..	..	..	..	
..	..	..	..		..	..	..	..	
..	..	..	..		..	..	..	..	
..	..	..	..		..	..	..	..	
..	..	..	..		..	..	..	..	
..	..	..	..		..	..	..	..	
..	..	..	..		..	..	..	..	
..	..	..	..		..	..	..	..	
..	..	..	..		..	..	..	..	
..	..	..	..		..	..	..	..	
..	..	..	..		..	..	..	..	
..	..	..	..		..	..	..	..	
..	..	..	..		..	..	..	..	

## B. ATTITUDES PROFESSIONNELLES

OBJECTIFS DE FORMATION	PFE n° 1				PFE n° 2				PFE n° 3			
	Du _____ au _____				Du _____ au _____				Du _____ au _____			
	TI	I	S	TS	TI	I	S	TS	TI	I	S	TS
∅ Adopter une tenue adaptée												
∅ Adopter un comportement adapté												
∅ Respecter les horaires												
∅ Appliquer les consignes												
∅ S'impliquer dans son travail												
∅												

PFE	n° 1	n° 2	n° 3
<b>ENTREPRISE</b>			
<b>TUTEUR</b>			
<b>PROFESSEUR</b>			
<b>PHASE DE NEGOCIATION</b>	Date :	Date :	Date :
<b>PHASE DE SUIVI</b>	Date :	Date :	Date :



<b>BEP</b> <b>VENTE – ACTION MARCHANDE</b>	<b>C. C. F.</b>
<b>CANDIDAT</b>	
Nom _____	Session _____
Prénom _____	

**EP1 – PRATIQUE DU MARCHANDISAGE ET DE LA VENTE**  
**S2 - SITUATION D'EVALUATION EN ENTREPRISE - GRILLE RECAPITULATIVE**

OBJECTIFS DE FORMATION		PFE n° 1				PFE n° 2			
		Du _____		au _____		Du _____		au _____	
A	COMPETENCES PROFESSIONNELLES	TI	I	S	TS	TI	I	S	TS
		1pt	2 pts	4 pts	5 pts	1 pt	2 pts	4 pts	5 pts
<b>A1</b>	<b>Intervenir dans la gestion et la présentation marchande des produits (C.2.)</b>								
	Présenter les produits à la vente (C.2.2.)								
	Participer à la signalétique (C.2.3.)								
	Maintenir l'attractivité de la surface de vente (C.2.4.)								
<b>A2</b>	<b>Communiquer - vendre (C.3.)</b>								
	Préparer l'information avant la vente (C.3.2.1.)								
	Prendre en charge le client (C.3.2.2.)								
	Mener le dialogue de vente (C.3.2.3.)								
	Finaliser la vente (C.3.2.4.)								
	Participer à la fidélisation de la clientèle (C.3.2.5.)								

**NOTE A1 & A2**

**/ 40**

B	ATTITUDES PROFESSIONNELLES	TI	I	S	TS	TI	I	S	TS
		1 pt	2 pts	3 pts	4 pts	1 pt	2 pts	3 pts	4 pts
	Adopter une tenue adaptée								
	Adopter un comportement adapté								
	Respecter les horaires								
	Appliquer les consignes								
	S'impliquer dans son travail								

**NOTE B**

**/ 20**

Authentification : (Cachet de l'établissement scolaire)	Entreprise :		
	Nom du tuteur :		
	Cachet et signature :		
	Nom du professeur :		

## EP1 SITUATION D'EVALUATION EN ENTREPRISE - INDICATEURS D'EVALUATION

Les indicateurs présentés ci-dessous permettent au tuteur en entreprise et au professeur (ou au formateur) de venir tracer le profil du candidat tant au niveau des compétences professionnelles que sur le plan des attitudes professionnelles manifestées tout au long de la formation en entreprise.

### COMPETENCES PROFESSIONNELLES

INDICATEURS D'EVALUATION	Evaluation	Points attribués
Ø Est incapable de ...	TI	1 point
Ø Est capable de ... avec des conseils permanents	I	2 points
Ø Est capable de ... avec des conseils ponctuels	S	4 points
Ø Est capable de ...	TS	5 points

### ATTITUDES PROFESSIONNELLES

INDICATEURS D'EVALUATION	Evaluation	Points attribués
<b>Adopter une tenue adaptée</b>		
Ø Tenue négligée	TI	1 point
Ø Tenue correcte de manière irrégulière	I	2 points
Ø Tenue correcte	S	3 points
Ø Tenue adaptée en permanence à l'activité du point de vente	TS	4 points
<b>Adopter un comportement adapté</b>		
Ø Ne porte aucun intérêt au point de vente	TI	1 point
Ø Porte peu d'intérêt au point de vente	I	2 points
Ø Comportement adapté	S	3 points
Ø Recherche permanente du meilleur comportement	TS	4 points
<b>Respecter les horaires</b>		
Ø Retards très fréquents	TI	1 point
Ø Retards assez fréquents	I	2 points
Ø Ponctualité obtenue après quelques remarques	S	3 points
Ø Ponctualité constante	TS	4 points
<b>Appliquer les consignes</b>		
Ø Consignes très souvent oubliées et/ou mal appliquées	TI	1 point
Ø Consignes parfois oubliées et/ou mal appliquées	I	2 points
Ø Consignes respectées la plupart du temps	S	3 points
Ø Consignes parfaitement respectées	TS	4 points
<b>S'impliquer dans son travail</b>		
Ø Aucun engagement personnel	TI	1 point
Ø Activité obtenue sous surveillance stricte	I	2 points
Ø Activité correcte	S	3 points
Ø Participation active dans l'intérêt de l'entreprise	TS	4 points



Etablissement :

**CANDIDAT**

**Nom :**

**Prénom :**

**Session : 20**

**BEP VENTE – ACTION MARCHANDE**

**EP1**

Pratique du merchandising  
et de la vente

**Document récapitulatif de l'évaluation  
en établissement de formation et en entreprise**

**S1 – En établissement de formation**

- Entretiens / 40
- Communication écrite / 20

/ 60

**S2 – En entreprise**

- Compétences professionnelles / 40
- Attitudes professionnelles / 20

/ 60

**TOTAL S1 + S2 / 120**

**NOTE PROPOSEE / 20 \***

**Appréciation globale de l'équipe pédagogique :**

Ne pas communiquer cette note au candidat