REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET الجمهـورية الجزائـريـة
الديمقـراطيـة الشعبيـة
République Algérienne Démocratique et Populaire
وزارة التكـويـن والتعليـم المهنيـين
Ministère de la formation et de l'enseignement professionnels
المعهـد الوطـني للتكـويـن والتعليـم المهنيـين
قـاسـي الطـاهـر
Institut National de la Formation et de l'Enseignement Professionnels
KACI TAHAR

Référentiel de certification

marketing

Code N: **TAG**0712

Visa d'Homologation N° TAG 39/07/21

BTS

V

2021

9 شارع اوعمروش محندأولحاج طريق حيدرة سابقا الابيار الجزائر
09 rue OUAMROUCHE MOHAND OULHADJ ex chemin d'Hydra El-biar Alger tél ☎:(021)92.24.27.92.14.71 fax🖷 (021)-92.23.18

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

TABLE DE MATIERES

INTRODUCTION …….. 2

I - PRESENTATION DE LA PROFESSION ……3-5

II - PRESENTATION DES COMPETENCES :…… 6

- COMPETENCES PROFESSIONNELLES
- COMPETENCES COMPLEMENTAIRES

III - DESCRIPTION DES COMPETENCES :……9-20
- COMPETENCES PROFESSIONNELLES
- COMPETENCES COMPLEMENTAIRES

IV - MATRICE DE MISE EN RELATION DES COMPETENCES ….21-39
PROFESSIONNELLES ET COMPLEMENTAIRES

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

INTRODUCTION

Ce programme de formation s'inscrit dans le cadre des orientations retenues par le secteur de la formation et de l'enseignement professionnels. Il est conçu suivant la méthodologie d'élaboration des programmes par A.P.C (Approche par Compétences) qui exige notamment la participation du milieu professionnel.

Le programme est défini par compétences formulées par objectifs ; on énonce les compétences nécessaires que le stagiaire doit acquérir pour répondre aux exigences du milieu du travail. Pour répondre aux objectifs escomptés, le programme ainsi élaboré et diffusé dans sa totalité :

- Rend le stagiaire efficace dans l'exercice de sa profession

  - Lui permettant d'effectuer correctement les tâches du métier,
  - Lui permettant d'évoluer dans le cadre du travail en favorisant l'acquisition
  - des savoirs, savoir être et savoir-faire nécessaires pour la maitrise des techniques appropriées au métier « **Marketing** »

- Favoriser son évolution par l'approfondissement de ses savoirs professionnels en développant en lui le sens de la créativité et de l'initiative

- Lui assure une mobilité professionnelle en

- Lui donnant une formation de base relativement polyvalente,
- Le préparant à la recherche d'emploi ou à la création de son propre emploi,
- Lui permettant d'acquérir des attitudes positives par rapport aux évolutions Technologiques éventuelles,

Dans ce contexte d'approche globale par compétences, trois documents essentiels constituent le programme de formation ;

- Le Référentiel des Activités Professionnelles (**RAP**),
- Le Référentiel de Certification (**RC**),
- Le Programme d'Etudes (**PE**),

Le référentiel des activités professionnelles (**RAP**) constitue le premier de trois documents d'accompagnement du programme de formation. Il présente l'analyse de la spécialité (le métier) en milieu professionnel. Cette description succincte de l'exécution du métier permet de définir, dans le référentiel de certification, les compétences nécessaires à faire acquérir aux apprenants pour répondre aux besoins du milieu de travail.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

I- DONNEES GENERALES SUR LA PROFESSION

1 – PRESENTATION DE LA SPECIALITE

1.1- Branche professionnelle : Techniques administratives et de gestion

1.2- Dénomination de la spécialité : Technicien supérieur en Marketing

1.3- Définition de la profession :

Le TS en marketing est un représentant aux ventes d'une entreprise chargé de promouvoir et de vendre les produits et / ou services de l'entreprise selon les plans de vente de marketing.
Il participer à l'élaboration, au développement et à la mise en ouvre d'un plan de vente et de marketing selon les objectifs de l'entreprise, et effectuer et analyser des études de marché et participer à la mise en marché des produits et services.
Le TS réalise des études de marché ou profil des entreprises qui cherchent à lancer un produit ou un service, à augmenter leurs ventes, à fidéliser leur clientèle.

1.4- ***Activités Principales :***

- Participer à l'élaboration de la stratégie marketing de l'entreprise selon l'étude de marché
- Participer à l'élaboration des politiques de marketing mix (prix, produit, publicité et distribution)
- participer à l'élaboration et, au développement et à la mise en ouvre de plan marketing et contrôler le déploiement des opérations
- mène des études marketing et communique avec la direction générale, les services commerciaux..
- effectuer des études de marché au profil des entreprises qui cherchent à lancer un produit ou un service.
- concevoir la compagne promotionnelle des produits et la mettre en œuvre
- Fournit une aide technique aux commerciaux lors des plans d'actions commerciales
- Analyser le marché (besoins et attentes des clients)

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

2 – CONDITIONS DE TRAVAIL

2-1- Lieu de travail :

Le titulaire de ce diplôme exerce son activité dans des entreprises commerciales (banques, assurances, transports, tourismes, etc.), industrielles, de services ou dans des bureaux indépendants de conseil en marketing, agences de communication, qui offrent aux entreprises des études ponctuelles, voire la réalisation complète d'une action commerciale.

2-2- Caractéristiques physiques :

* *Eclairage :* Artificiel ou naturel.
* *Température et humidité :* Normale
* *Bruits et vibrations :* Bureau isolé pour éviter bruits et vibrations, nuisance
* *Poussière :* Néant

NB : IL est appelé à être apte à travailler dans toutes les conditions à l'extérieure.

2.3- Risques et Maladies professionnelles :

- Nervosité, stress, fatigue physique et morale

2.4 - Contacte sociaux :

- Relations internes avec les collègues de travail, responsables des différents services de l'entreprise
- Relations externes avec la clientèle, les fournisseurs et organismes sociaux économiques

2.5- Travail seul ou en équipe :

- travaille en équipe.

3 – EXIGENCES DE LA PROFESSION

3.1- Exigences physiques :

- Indemne de toute infirmité motrice des membres supérieurs
- Indemne d'un handicap visuel ou auditif.
- Présentable
- Propre et habillé selon les circonstances
- Bonne constitution physique car le travail se fait à des heures décalées

3.2- Exigences Intellectuelles :

- Sens de responsabilité et bon jugement
- Sens d'observation
- Sens de l'organisation
- Sens commercial
- Créativité et imagination
- Sens de la discrétion
- Facilité d'expression
- Maîtrise de plusieurs langues
- Bonne capacité d'écoute.

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

- Esprit d'analyse et de synthèse
- Entregent et sens de la persuasion
- Bon capacité à la résolution de problèmes

4– RESPONSABILITE :

4.1- Responsabilités matérielles :

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

4.2- Responsabilités décisionnelles :

Prise de décisions qui permettent d'améliorer la qualité des travaux à réaliser en collaboration avec l'équipe de travail et le responsable hiérarchique.

4.3- Responsabilités morales :

- Sens de responsabilité
- Honnêteté,
- Confidentialité,
- Loyauté.

Sincérité

4.4- Sécurité :

- Respect des règles d'hygiène et de sécurité et de l'environnement.
- Respect des normes et règles d'hygiène et de sécurité relatif aux travaux et aux équipements utilisés

5 – POSSIBILITE DE PROMOTION

5.1- Cadre réglementaire :

- Conformément au statut règlement intérieur d'entreprise.

5.2- Par formation :

- Par expérience professionnelle.
- Par formation spécifique.

6 – FORMATION

6.1- Conditions d'admission : 3ème année secondaire
6.2- Durée de la formation : 30 mois dont trois mois de stage pratique.

6.3- Niveau de qualification : V

6.4- Diplôme : Brevet de Technicien Supérieur

WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

II- FICHE DE PRESENTATION DES COMPETENCES PROFESSIONNELLES

Taches	Compétences professionnelles
T1 : Participer à l'élaboration de la stratégie marketing	**CP1 :** connaitre les phases de démarche d'élaboration d'une stratégie marketing
T2 : Contribuer à l'étude de marché	**CP2 :** réaliser une étude de marché
T3 : Participer a l'élaboration et la mise en ouvre de plan marketing	**CP3 :** savoir élaborer, mettre en œuvre et contrôler un plan marketing
T4 : Mener des études marketing	**CP4 :** concevoir et réaliser une enquête marketing
T5 : Contribuer à l'élaboration de politique de produit	**CP5 :** élaborer une politique de produit
T6 : Contribuer à l'élaboration de politique de prix	**CP6 :** élaborer une politique de prix
T7 : Contribuer à l'élaboration de politique de distribution	**CP7 :** élaborer une politique de distribution
T8 : Contribuer à l'élaboration de politique de communication (promotion)	**CP8 :** élaborer une politique de communication
T9: concevoir la campagne promotionnelle des produits et la mettre en œuvre	**CP9 :** Concevoir une campagne promotionnelle des produits et la mettre en œuvre.
T10 : Participer à l'aménagement et l'animation de point de vente	**CP10 :** Aménager et animer une espace de vente
T11 : Accompagner et aider les commerciaux à la vente.	**CP11 :** Accompagner et aider les commerciaux à la vente
T12 : Contribuer à la prospection de marches étrangères	**CP12 :** Réaliser une étude de marché international
T13 : Contribuer à la gestion des relations client (GRC)	**CP13 :** Identifier les clients et les prospects et utiliser un logiciel de la gestion des relations client

III- FICHE DE PRESENTATION DES COMPETENCES COMPLEMENTAIRES

Discipline, domaines	Compétences complémentaires
- Introduction au Marketing	**CC1 :** Utiliser les principaux concepts du marketing
- Approvisionnement et logistique de l'entreprise	**CC2 :** identifier la fonction approvisionnement et logistique de l'entreprise
- Droit commercial et droit du travail	**CC3-1 :** Identifier les principales règles juridiques régissant l'activité commerciale de l'entreprise
	CC3-2 : Identifier les principales règles juridiques régissant les relations individuelles et collectives de travail.
- Comportement de consommateur	**CC4 :** Décrire et analyser le comportement de consommateur
- Communication et négociation commercial	**CC5 : N**égocier avec les différents acteurs commerciaux (clients, fournisseurs, distributeurs …etc.)
- statistiques et probabilité	**CC6-1 :** Classer et analyser des informations chiffrées avec les outils de statistique descriptive
	CC6-2 : Savoir mettre en œuvre des modèles de prévision et d'approche probabiliste dans le cadre des études et enquêtes commercial
- Comptabilité analytique	**CC7 :** Mettre en ouvre les techniques de calcul des couts et seuil de rentabilité
- Technologie de l'information et de communication	**CC8-1 :** Utiliser l'outil de traitement de texte, présentation informatique et logiciel de tableur**.**
	CC8-2 : Utiliser un logiciel de système de gestion de base donnes relationnel (Access niveau 1)
	CC8-3 : Utiliser le traitement de texte comme publipostage et exploiter l'internet
- Marketing de service	**CC9 :** Concevoir et mettre en ouvre un mix marketing services
- Marketing industriel	**CC10 :** Concevoir et mettre en ouvre un mix marketing industriel
- Anglais commercial	**CC11 :** Communiquer en anglais oralement et par écrit
- Techniques d'expression et de rédaction en français	**CC12 :** Communiquer en français oralement et par écrit
- e-marketing	**CC13 :** Acquérir les bases du marketing de l'internet et de la communication sur le WEB et utiliser les techniques et les outils du marketing digital
- Méthodologie	**CC14 :** Rédiger le mémoire de fin de stage
- Comportement de consommateur	**CC15 :** Utiliser ses droits et assumer ses responsabilités en tant que consommateur et acteur

III.1 : DESCRIPTION DES COMPETENCES PROFESSIONNELLES

- Enoncé de la compétence : CP 1 :

Connaitre les phases de démarche d'élaboration d'une stratégie marketing

- Eléments de la compétence :

- recueillir les données portant sur le marché global
- Analyser les opportunités existantes sur le marché.
- Evaluer les capacités de l'entreprise (diagnostique interne)
- sélectionner les segments cibles des offres commerciales
- définir la clientèle à cibler
- Définir le positionnement des offres sur le marché
- formuler la stratégie marketing
- formuler et mise en œuvre du programmes du marketing –mix
- évaluer les écarts entre objectifs et résultats

Conditions de réalisation :

A partir de :

- données de caractéristiques de marché
- documents techniques de données du de l'environnement externe et externes de L'entreprise
- Les méthodes et les critères de segmentation
- Tableau de bord
- Documentation technique et commerciale de la demande

A l'aide de:

- Outil informatique
- Logiciel de la spécialité
- Documentation technique et commerciale
- Tableaux de synthèse

Critères généraux de performance :

- respecter la méthodologie de la mise en œuvre de la démarche marketing stratégique
- identification correcte des segments de marché
- identification correcte des cibles
- choix pertinent des cibles

- **Enoncé de la compétence : CP 2 :**

- réaliser une étude de marché

- **Eléments de la compétence :**

- repérer le marché étudié et présenter les tendances générales du marché étudié
- Analyser les aspects quantitatifs de la demande sur le marché
- Analyser les aspects qualitatifs de la demande sur le marché
- Analyser les produits vendus sur le marché
- Analyser les offreurs (concurrences) sur le marché

Conditions de réalisation :

A partir de :

- informations sur le marché
-analyse de ventes de produits
- analyse concurrentielle de l'entreprise
-Des indicateurs économiques et commerciaux de mesure de la demande

A l'aide de :

- chiffres et indicateurs commerciaux
- méthodes de statistique descriptive
- tableaux de calcule
- formules de calcule commercial et mathématique commercial
- calculatrice
- logiciel approprié

Critères généraux de performance :

- utilisation approprié de la démarche d'étude de marché
-pertinence dans de la collecte d'information qualitatif et quantitatif
- exactitude des calcules
- application correcte de méthodes et formules de calcule

- **Enoncé de la compétence : CP 3 :**

- savoir élaborer, mettre en œuvre et contrôler un plan marketing

- **Eléments de la compétence :**

- définir des actions marketing cohérentes
- traduire le plan marketing en plan d'actions commerciales
- définir les actions publicitaires et promotionnelles
- définir les moyens nécessaires pour la mise en œuvre du plan marketing
- mise en œuvre du plan marketing
- contrôler les résultats du plan marketing

Conditions de réalisation :

A partir de :

- ressources humaines et financiers
- calendrier des différentes étapes de la mise en œuvre du plan marketing
- indicateur d'évaluation de performance de marketing mix

A l'aide de :

- L'outil informatique
- Logiciel approprié
- Tableau de bord marketing

Critères généraux de performance :

- Respect du processus d'élaboration d'un plan marketing
- respecter la méthodologie de la mise en œuvre de plan marketing
- respecté la méthodologie d'évaluation de plan marketing

 WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

- **Enoncé de la compétence : CP 4 :**

- concevoir et réaliser une enquête marketing

- **Eléments de la compétence :**

- identifier le problème d'étude
- sélectionner les sources d'information sur des marchés et des secteurs d'activités.
- déterminer l'échantillon de l'étude
- réaliser l'étude qualitative
- réaliser l'étude quantitative
- traiter et analyser les données

Conditions de réalisation :

A partir de :

- enquête
- entretiens
- l'échantillon

A l'aide de :

- Outils d'études de marketing : guide d'entretien, questionnaires
- L'outil informatique
- Outils et logiciels du traitement d'enquêtes
- logiciel d'analyse statistique des données (logiciel SPSS)
- outils informatique

Critères généraux de performance :

- Pertinence des résultats d'analyse
- Identification précise de problème d'études marketing
- Pertinence des informations recueillies
- absence des erreurs dues à l'échantillonnage
- pertinence des résultats de l'enquête
- Pertinence des résultats d'analyse

- Enoncé de la compétence : CP 5 :

- élaborer une politique de produit

- Eléments de la compétence :

- déterminer les caractéristiques de produit
- choisir le niveau de qualité de produit
- Choisir la marque d'un produit
- concevoir le packaging
- élaborer la gamme de produit
- concevoir le conditionnement de produit (le packaging, l'emballage final)
- programmer les innovations
- Concevoir un produit nouveau
- tester le produit

Conditions de réalisation :

A partir de :

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

A l'aide de :

- L'outil informatique
- Logiciel approprié
- maquette

Critères généraux de performance :

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

- **Enoncé de la compétence : CP 6 :**

- élaborer une politique de prix

- **Eléments de la compétence :**

- choisir une stratégie de prix
- fixer le prix de vente
- Prendre l'initiative de modifier le prix pour répondre aux réactions de la concurrence

Conditions de réalisation :

A partir de :

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

A l'aide de :

- Techniques de la comptabilité analytique
- Lois de macroéconomie
- Relevés des prix dans les points de vente
- Catalogues de prix
- Techniques d'enquête

Critères généraux de performance :

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

- Enoncé de la compétence CP 7 :

- élaborer une politique de distribution

Eléments de la compétence :

- choisir les canaux de distribution
- choisir le circuit de distribution
- choisir le mode de distribution
- Sélectionner ou choisir un réseau de distribution
- Gérer un circuit de distribution
- Organiser et mettre en œuvre les techniques de logistique
- Respecter la règlementation des prix

Conditions de réalisation :

A partir de :

- Critères de choix d'un mode , d'un circuit de distribution
- Etude descriptive des formes de distribution et de la réglementation en vigueur
- Etude descriptive des méthodes de vente et de négociation

A l'aide de :

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

Critères généraux de performance :

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

- **Enoncé de la compétence : CP 8 :**

- Élaborer une politique de communication

- **Eléments de la compétence :**

- définir les différents concepts de la communication commerciale
- Fournir les indices nécessaires à l'élaboration d'une action de communication
- Choisir les moyens de communication adaptée au lancement du produit.
- Définir les différentes stratégies de communication commerciale
- Utiliser Conjointement plusieurs canaux de communication commerciale

Conditions de réalisation :

A partir de :

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

A l'aide de:

- L'outil informatique
- Supports de communication

Critères généraux de performance :

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

- **Enoncé de la compétence CP 9 :**

  - Concevoir une campagne promotionnelle des produits et la mettre en œuvre.

- **Eléments de la compétence :**

- revoir les résultats d'étude de marché
- établir les objectifs publicitaires
- choisir les moyens publicitaires
- élaborer les messages
- sélectionner les médias et les supports
- mise en ouvre de la compagne promotionnelle

Conditions de réalisation :

A partir :

- moyens et supports de communication marketing

A l'aide de :

- outils informatique
- internet

Critères généraux de performance :

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

- Enoncé de la compétence CP 10 :

- Aménager et animer une espace de vente

- Eléments de la compétence :

- Implanter un point de vente
- aménager un espace de vente
- Assoir une politique d'assortiment
- Assoir une politique de conditionnement
- Etudier le rayon
- Promouvoir les ventes dans le magasin
- Mettre en œuvre des techniques d'animation d'un point de vente

Conditions de réalisation :

A partir de:

- Matériels informatiques (lecteur de code barre..)
- Matériels de décoration
- Outils de la signalétique
- Les supports de présentation des produits

A l'aide de :

- Consignes et réglementation en vigueur
- Consignes d'harmonisation des produits
- Consignes d'installation des mobilières de présentation
-Les éléments d'ambiance
- Outils de démonstration

Critères généraux de performance :

- Cohérence de l'assortiment
- Pertinence du choix de la zone de chalandise
- Adéquation des techniques d'attraction avec la cible
- Application correcte des techniques de marchandising
- La technique d'animation choisie, mise en œuvre avec efficacité, permet de capter l'attention de la clientèle
- Fiabilité des résultats d'études de la rentabilité

- Enoncé de la compétence CP 11 :

- Accompagner et aider les commerciaux à la vente

- Eléments de la compétence :

- élaborer les outils et argumentaires commerciaux destinés à la force de vente
- définir la forme et le contenu des supports d'aide à la vente
- déterminer les outils nécessaires à la mise en place d'une force de vente
- gérer la force de vente

Conditions de réalisation :

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

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

Critères généraux de performance :

- Pertinence des choix effectués dans le fond et la forme des outils et supports d'aide de vente
  Cohérence entre la mise en œuvre de la FDV et les objectifs de l'entreprise
- Adéquation des outils de motivation de la FDV à ceux de l'entreprise
- Efficacité de la gestion de la FDV

 WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

- Enoncé de la compétence CP 12 :

- Réaliser une étude de marché international

Eléments de la compétence :

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

Conditions de réalisation :

A partir de:

- les critères de macro et micro segmentation
- les facteurs de positionnement international
- études documentaire, études de terrine, étude quantitative
- **A l'aide de :**

- outils informatique et internet
- statistiques

Critères généraux de performance :

- Qualité des segments de marché étranger
- Le positionnement doit être adapté et standardisé
- l'étude de marché doit être organisée et méthodique
- les arguments pour l'adaptation et la standardisation des politique mix marketing doivent être pertinents

- Enoncé de la compétence CP 13 :

- Identifier les clients et les prospects et utiliser un logiciel de la gestion des relations client

Eléments de la compétence :

- définir les offres
- segmenter la clientèle
- fidéliser les clients
- gérer les opérations de marketing direct (e-mailing, campagnes de phoning)
- regrouper les clients et prospects dans des catégories (métiers, régions, chiffre d'affaire
- analyser les données clients et prospects
- utiliser des logiciels de la gestion relation client
- Fidéliser la clientèle

Conditions de réalisation :

A partir de :

- basse des données clients / prospects
- logiciels de GRC

A l'aide de:

- Outils informatique
- Sites internet
- outils informatique de marketing direct

Critères généraux de performance :

- satisfait et fidéliser les clients / prospects de l'entreprise
- utilisation efficace des outils informatique de marketing direct
- analyse fiable et efficace de base de données

III.2 : DESCRIPTION DES COMPETENCES COMPLEMENTAIRES

- **Enoncé de la compétence CC1**

- Utiliser les principaux concepts du marketing

- **Eléments de la compétence :**

  - définir le marketing
  - distinguer les extensions de la fonction marketing
  - Définir les concepts clés du marketing
  - Identifier les grands champs d'application du marketing
  - Analyser l'offre sur le marché

Condition de réalisation :

A partir :

- des documentations commerciales et techniques
- des résultats d'étude sur les clients ou les concurrents
- des statistiques de vente

A l'aide :

- outils et méthodes d'analyse de l'offre
- Outils informatique multi medias, t sites internet

Critères de performance :

- Identification correcte
- analyse pertinence des différents facteurs de micro et macro environnement de L'entreprise

- Enoncé de la compétence CC2 :

- Identifier la fonction approvisionnement et logistique de l'entreprise

- Eléments de la compétence :

- Repérer les grandes fonctions de l'entreprise
- Identifier les différents critères de classification des entreprises
- Expliquer la relation de l'entreprise avec son environnement
- Identifier la fonction approvisionnement dans l'entreprise
-Identifier et établir les documents relatifs à la commande et à la livraison
- Identifier la fonction logistique et la logistique de distribution

Conditions de réalisation :

A partir de :

- Etude de cas
- Directives
- Situation réelles
- Etude de cas pratique
- Exercices d'application

A l'aide de :

- Documentation économique et commerciale
- Outil informatique
- Sites Web

Critères généraux de performance :

- Bonne connaissance de l'environnement économique
- Pertinence de la définition de l'entreprise
- Cohérence dans la distinction des différents types de l'entreprise
- Identification correcte des différentes fonctions de l'entreprise
- Identification correcte des informations afférentes à chaque document
- Cohérence dans l'interprétation de chaque document
- Présentation soignée des documents
- Identification correcte des documents commerciaux
- Interprétation juste des concepts techniques et commerciaux
- Bonne connaissance en calcul arithmétique

- Enoncé de la compétence CC3-1 :

- Identifier les principales règles régissant les relations de travail et l'activité commerciale de l'entreprise

- Eléments de la compétence :

- Déterminer les conditions d'acquisition de la qualité de commerçant et les droits et obligations du commerçant
- Identifier les actes du commerçant et les éléments constitutifs du fonds de commerce et les opérations en rapport
- Appliquer les différentes opérations relatives au fonds de commerce
- Définir la propriété et l'exploitation au fonds de commerce
- Application correcte des différentes opérations relatives au fonds de commerce
- Pertinence de la définition de la propriété et l'exploitation du fonds de commerce

Conditions de réalisation :

A partir de :

- Etude de cas
- Directives

A l'aide de :

- code commercial
- Documentation économique et commerciale
- Outil informatique
- Sites Web

Critères généraux de performance :

- Application correcte des différentes opérations relatives au fonds de commerce
- Identification correcte des éléments constitutifs du fonds de commerce et les opérations en rapport
- Pertinence de la définition de la propriété et l'exploitation du fonds de commerce
- Application correcte des différentes opérations relatives au fonds de commerce
- Pertinence de la définition de la propriété et l'exploitation du fonds de commerce
- Comparaissant correcte entre les différents types de sociétés commerciales

- Enoncé de la compétence CC3-2 :

- Identifier les principales règles juridiques régissant les relations individuelles et collectives de travail

Eléments de la compétence :

- Identifier les droits et les obligations concernant les parties dans les conventions collectives en vigueur dans le secteur commercial
- Etudier les relations institutionnelles du travail
- Définir les règles de prévention des conflits collectifs du travail et leur règlement

Conditions de réalisation :

A partir de :

- Règles et procédures de travail
- Textes règlementaires
- Convention collectif et règlement intérieur de l'entreprise
- Documents commerciaux
- Opération commerciale

A l'aide de :

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

Critères généraux de performance :

- Interprétation correcte des textes règlementaires
- Repérage correct des informations régissant chaque situation
- Adaptabilité aux situations traitées
- Respect des procédures légales du droit de travail
- Respect des méthodes et procédures de travail

 WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

- Enoncé de la compétence CC4 :

- Décrire et analyser le comportement de consommateur

- Eléments de la compétence :

- identifier les facteurs influence le comportement de consommateur
- identifier les différents types de besoins
- différencier les types de freins, motivations et risque
- décrire le processus d'achat de client

Conditions de réalisation :

A partir de :

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

A l'aide de :

- Annuaire des entreprises et prospectus
- Fiches de postes
- Presse spécialisée
- Vidéo

Critères généraux de performance :

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

 WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

- Enoncé de la compétence CC5:

- Négocier avec les différents acteurs commerciaux (clients, fournisseurs, distributeurs …etc.)

- **Eléments de la compétence :**
  - Distinguer entre négociation en général et négociation commerciale
  - Défendre ses propres intérêts
  - Respecter les clauses du contrat
  - Entretenir la relation jusqu'à la conclusion du contrat
  - Identifier les rapports de force favorable à chaque partenaire
  - Appliquer les techniques de négociation selon la dominance

Conditions de réalisation :

A partir de :

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

A l'aide de :

- Instruments de collecte d'informations
- Méthodes utilisées dans la vente.
- Logiciel approprié

Critères généraux de performance :

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

- Enoncé de la compétence CC6 -1:

- Classer et Analyser les informations chiffrées avec les outils de statistique descriptive

- Eléments de la compétence :

- trie et classer des informations chiffrées
- Analyser et interpréter les tableaux ou graphiques statistiques
- analyser des informations chiffrées avec les mesures de la tendance centrale
- analyser des informations chiffrées avec les mesures de la dispersion
- mettre en œuvre des modèles de prévision

Conditions de réalisation :

A partir de :

- situation d'entreprise ou de marché
- données et statistiques
- lois statistiques
- formules de calcule

A l'aide de :

- calculatrice
- outils informatique
- logiciel de bureautique

Critères généraux de performance :

- Le choix ou la mise en œuvre des méthodes de prévision utilisées est judicieux
- Les prévisions sont réalistes et argumentées
- Exactitude des calculs
- Fiabilité des résultats
- Application correcte des lois et formules de la statistique descriptive

 WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

- Enoncé de la compétence CC6 -2:

- savoir mettre en œuvre des modèles de prévision et d'approche probabiliste dans le cadre des études et enquêtes commercial

Eléments de la compétence :
- identifier la loi de probabilité régissant un phénomène
- calculer les probabilités élémentaires et les probabilités conditionnelles
- calculer l'espérance et la variance d'un variable aléatoire
- appliquer les méthodes d'échantillonnage
- déterminer la taille de l'échantillon

Conditions de réalisation :

A partir de :

- données et statistiques
- lois statistiques
- formules de calcule

A l'aide de :

- calculatrice
- outils informatique
- logiciel de bureautique

Critères généraux de performance :

- Exactitude des calculs
- Fiabilité des résultats
- Application correcte des lois et formules de la statistique descriptive

 WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

- Enoncé de la compétence CC7 :

- Mettre en ouvre les techniques de calcul des couts et seuil de rentabilité.

- Eléments de la compétence :

- identifier les déférents charges et coûts
- calculer le cout complet par la méthode des coûts complets
- calculer le cout variable par la méthode des coûts variables
- calculer le seuil de rentabilité

Conditions de réalisation :

A partir de :

- donnes de bilan comptable
- donnes de compte de résultat
- méthodes de calcule de cout

A l'aide de :

Calculatrice

Critères généraux de performance :

- Application correcte des t formules calcule
- Exactitude des calculs
- Fiabilité des résultats

- Enoncé de la compétence CC8-1 :

- Utiliser l'outil de traitement de texte, présentation informatique et logiciel de tableur

- Eléments de la compétence :

- maitriser l'outil de traitement de texte
- maitriser l'outil de présentation informatique
- découvrir les notions de base de tableur
- maitriser un logiciel de tableur
- utiliser le traitement de texte comme publipostage

Conditions de réalisation :

A partir de :

- Base de données
- Directives
- Fichiers
- Application professionnelle

A l'aide de :

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

Critères généraux de performance :

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

- Enoncé de la compétence CC8-2 :

- Utiliser un logiciel de système de gestion de base donnes relationnel (Access niveau 1)

- Eléments de la compétence :

- maitriser les concepts, définitions et notions d'une base de données
- utiliser un logiciel de système de gestion de base donnée relationnel

Conditions de réalisation :

A partir de :

- Base de données
- Directives
- Fichiers

A l'aide de :

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

Critères généraux de performance :

- Utilisation correcte de l'outil informatique et de logiciels de travail
- Pertinence des sources d'information
- modélisation correcte des données
- implantation correcte des fichiers

- Enoncé de la compétence CC8-3 :

- Utiliser le traitement de texte comme publipostage et exploiter l'internet

- Eléments de la compétence :

- Utiliser internet pour obtenir de l'information,
- Communiquer par emails.
- créer un publipostage sur Word
- créer un publipostage avec fichier Excel
- créer un publipostage avec Access
- créer un Publipostage en message internet

Conditions de réalisation :

A partir de :

- Base de données
- Directives
- Fichiers

A l'aide de :

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

Critères généraux de performance :

- Utilisation correcte de l'outil informatique et de logiciels de travail
- Pertinence des sources d'information
- Exploitation rapide et efficace de publipostage pour le mailing

- Enoncé de la compétence CC9 :

- Concevoir et mettre en ouvre un mix marketing services

- Eléments de la compétence :

- Connaitre les spécificités des services au regard des attentes des clients
- Segmenter le marché
- cibler les clients
- positionner le service
- Construire le mix marketing
- Optimiser et piloter la qualité de service
- Elaborer le plan marketing

Conditions de réalisation :

A partir de :

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

A l'aide de :

- Schéma
- Techniques
- Mesures juridiques
- Indicateurs

-

Critères généraux de performance :

- Pertinence du choix de la stratégie en adéquation avec les objectifs de l'entreprise de service
- Interprétation correcte des résultats du diagnostic
- Optimisation des déterminants de la qualité de service
- Pertinence des indicateurs utilisés pour mesurer l'efficacité de la qualité du service

- Enoncé de la compétence CC10:

- Concevoir et mettre en ouvre un mix marketing industriel

- Eléments de la compétence :

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

Conditions de réalisation :

A partir de :

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

A l'aide de :

- Lois
- Schéma
- Processus
- Logiciel

Critères généraux de performance :

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

 WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

- Enoncé de la compétence CC11

- Communiquer en anglais oralement et par écrit

- **Eléments de la compétence** :

- Connaître et respecter les conditions préalables et indispensables à toute communication orale (attention, écoute, disponibilité, etc.).
- Mémoriser et restituer par oral un message écrit ou oral.
- Reformuler un message oral.
- Choisir, ordonner, structurer les éléments de son propre message.
- Produire un message oral
- Produire un message écrit

Conditions de réalisation :

A partir de :

- Cas pratique (mise en situation) de :
* formulation de consignes
* questionnement à des fins d'information
* communication téléphonique
* entretien
* réponse argumentée à une demande
* restitution d'un message, reformulation personnalises d'un message
* prise de parole
* exposé bref

- L'étude de textes, de revues spécialisées propres à la profession
- La rédaction des lettres commerciales traitant des problèmes les plus courants de la profession (demandes de renseignements, établissements de devis, correspondances avec les agences étrangères, réclamations et suites à donner, etc.)

- prises de notes, rédactions ou contractions de textes, comptes rendus,

A l'aide de :

Le laboratoire de langues

Critères généraux de performance :

- Utilisation du vocabulaire approprié à la situation ;
- Clarté de l'élocution ;
- Niveau de langage approprié aux communications professionnelles
- Rythme de conversation approprié.
- Rédaction correcte des documents

 WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

- **Enoncé de la compétence CC12**

  - Communiquer en français oralement et par écrit

- **Eléments de la compétence** :

  - Converser en français dans des
  - Identifier le vocabulaire spécifique à la restauration
  - Utiliser des expressions et des formules simples couramment employées lors du service en salle,
  - Rédiger des documents simples

Conditions de réalisation :

A partir de :

- Cas pratique (mise en situation) de :

* formulation de consignes
* questionnement à des fins d'information
* communication téléphonique
* entretien
* réponse argumentée à une demande
* restitution d'un message, reformulation personnalises d'un message
* prise de parole
* exposé bref

- L'étude de textes, de revues spécialisées propres à la profession
- La rédaction des lettres commerciales traitant des problèmes les plus courants de la profession (demandes de renseignements, établissements de devis, correspondances avec les agences étrangères, réclamations et suites à donner, etc.)

- prises de notes, rédactions ou contractions de textes, comptes rendus,

A l'aide de :

- Technologie de l'information et de la communication
- Le laboratoire de langues

Critères généraux de performance :

- Utilisation du vocabulaire approprié à la situation ;
- Niveau de langage approprié aux communications professionnelles ;
- Rythme de conversation appropriée ;
- Clarté de l'élocution ;
- Respect des structures syntaxiques;
- Maîtrise les termes techniques et professionnels ;
- Vocabulaire professionnel adapté aux clients ;

 WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر

- Enoncé de la compétence CC13

- Acquérir les bases du marketing de l'internet et de la communication sur le WEB et utiliser les techniques et les outils du marketing digital

Eléments de la compétence :

- identifier le marketing électronique
- appliquer l'étude et le sondage en ligne
- Utiliser les outils de marketing digital : de blogs, Les réseaux sociaux, e-mailing

Condition de réalisation :

A partir de :

- **-** Base de données
- Directives
- Fichiers

A l'aide de :

- Outil informatique
- Ressources logicielles bureautique et de gestion
- Supports numériques
- Internet

Critères de performance :

- utilisation pertinente et efficace des techniques et les outils du marketing digital
- fidélisation de clients

- **Enoncé de la compétence CC14**

- Rédiger le mémoire de fin de stage

Eléments de la compétence :

- Acquérir les notions de base de la méthodologie
- Utiliser la démarche méthodologique
- Rédiger le mémoire

Condition de réalisation :

A partir :

- Sujet de projet de fin d'études.
- Tout document relatif au projet

A l'aide :

- Logiciels de traitement de texte

Critères de performance :

- Respect des règles de rédaction et de mise en forme
- Respect des phases d'élaboration d'un mémoire.

- . **Enoncé de la compétence CC15**

- Utiliser ses droits et assumer ses responsabilités en tant que consommateur et acteur

Eléments de la compétence :

- Identifier ses droits et ses responsabilités
- S'informer en tant que consommateur
- Faire voir ses droits dans les grands secteurs de la consommation
- Reconnaitre les enjeux de sa consommation

Condition de réalisation :

A partir :

- manuel du consommateur
- support d'information
- prospectus

A l'aide :

- micro-ordinateur
- outils bureautiques

Critères de performance :

- utilisation de la terminologie appropriée
- identification exacte des droits et des responsabilités
- informations pertinentes au profit du consommateur
- procédure appropriée pour faire valoir ses droits
- identification correcte de l'impact de sa consommation sur l'environnement et sur la santé

 WWW.DZPEN.COM | قلم الجزائر