

1. Branche et entreprise

Compétences-clés

- 1.1 Besoins de la clientèle
- 1.2 Produits et prestations de service
- 1.3 Produits alternatifs et de la concurrence
- 1.4 Lignes directrices et buts de l'entreprise
- 1.5 Développements de la branche et de l'entreprise
- 1.6 Processus d'exploitation
- 1.7 Commerce
- 1.8 Commerce international
- 1.9 Circuit économique
- 1.10 Flux des marchandises
- 1.11 Vente et marketing
- 1.12 Financement du commerce
- 1.13 Conditions légales

1. Branche et entreprise

1.1 Identifier les besoins du client

Idée directrice

La juste perception des besoins des clients constitue l'une des bases du succès d'une entreprise. Lors d'un entretien, beaucoup de clients s'attendent à ce qu'on aille au devant de leurs besoins. Il importe donc que les employés de commerce procèdent à une analyse approfondie de la situation. La proposition de produits ou de services spécifiques n'est pas primordiale.

Objectif général

1.1.1 L'employé de commerce fait preuve de routine professionnelle lors d'entretiens de vente et de conseil, en posant des questions ouvertes pour identifier les besoins des clients.

	Objectifs détaillés	Conseils	Critères partiels pour les STA	Objectif atteint	Favorise l'acquisition de compétences sociales	Favorise l'acquisition de compétences méthodologiques	Taxonomie
Préparer un entretien avec un client E/B réd.	1.1.1.1 Je prépare de manière autonome un entretien simple avec un client et réunis tous les documents y relatifs. Pour ce faire, je procède par étapes, suivant un plan. Le plan comprend au moins trois éléments typiques d'un entretien de vente ou de conseil.	Je prépare les documents destinés aux clients, me procure des échantillons de marchandises ou des documents de travail ainsi que des prospectus, prix courants, etc. Si je travaille dans une administration ou une entreprise ne pratiquant pas la vente, je procède de la même manière pour préparer un entretien de conseil.	<ul style="list-style-type: none"> - établit de manière autonome une documentation complète - a formulé le plan de marche de manière autonome - le plan comprend au moins trois éléments typiques d'un entretien de vente ou de conseil 	<input type="checkbox"/>	1.8 Disposition à la performance	2.1 Approche analytique et planifiée	C 3 nouveau client pas encore connu
Mener un entretien avec un client E/B	1.1.1.2 Lorsque je parle avec des clients, je me montre attentif à leurs besoins. Je les écoute et leur pose des questions pour bien saisir leurs idées ou problèmes.	Il s'agit de la manière dont on montre à l'interlocuteur qu'on l'écoute attentivement et suit ses propos.	<ul style="list-style-type: none"> - se montre attentif aux besoins des clients - écoute calmement - saisit les idées ou problèmes et pose des questions pour bien comprendre 	<input type="checkbox"/>	1.5 Souplesse 1.6 Aptitude à la communication	2.9 Techniques de négociation	C 3
S'enquérir des besoins du client E/B	1.1.1.3 Un entretien avec un client est constitué de questions ouvertes et fermées. Pour saisir exactement les besoins du client, je pose des questions ouvertes. A la fin de l'entretien, je résume correctement les besoins formulés.	En posant des questions ouvertes, je permets à mon interlocuteur de répondre de manière exhaustive. J'obtiens ainsi de nombreuses informations intéressantes. Je procède de la même manière avec des personnes que je ne connais pas, p. ex. au téléphone ou au guichet. La pyramide de Maslow est un outil adéquat pour classer les différents besoins des clients.	<ul style="list-style-type: none"> - pose au bon moment des questions fermées - pose des questions ouvertes pour cerner les besoins - identifie les besoins formulés et les résume correctement 	<input type="checkbox"/>	1.15 Aptitude aux négociations	2.9 Techniques de négociation	C 3

1. Branche et entreprise

1.1 Identifier les besoins du client

Objectif général

1.1.2 L'employé de commerce sait qu'une proposition de solution pratique exige au préalable la définition exacte des besoins du client.

	Objectifs détaillés	Conseils	Critères partiels pour les STA	Objectif atteint	Favorise l'acquisition de compétences sociales	Favorise l'acquisition de compétences méthodologiques	Taxonomie
Présenter des arguments et des propositions E/B	1.1.2.1 Dans leurs achats, les clients sont guidés par la raison et les sentiments. Je suis capable d'y répondre spontanément par des arguments et des propositions appropriés.	Par mes questions, j'ai appris quels étaient les besoins des clients. Je m'y réfère pour émettre des propositions.	<ul style="list-style-type: none"> - identifie les motifs d'achat des clients et en tient compte - soumet des propositions convaincantes - avance des arguments appropriés 	<input type="checkbox"/>	1.5 Souplesse 1.6 Aptitude à la communication	2.10 Techniques de vente	C 3
Saisir et transmettre les besoins des clients E/B	1.1.2.2 Lors de nouvelles situations de conseil ou de vente, je saisis les besoins du client et les note consciencieusement. Je classe les besoins / mots-clés de façon que d'autres collaborateurs puissent comprendre les désirs des clients.	Lorsque je transmets les désirs des clients, je relève par exemple: <ul style="list-style-type: none"> • dans quelle mesure le client a besoin du produit ou du service • la valeur de prestige de la prestation • les possibilités de financement. 	<ul style="list-style-type: none"> - note les besoins des clients en style télégraphique - les saisit complètement et les classe - d'autres peuvent comprendre les désirs des clients 	<input type="checkbox"/>	1.13 Aptitude au transfert	2.2 Techniques de travail	C 3
Classifier les clients et les groupes d'intérêts E/B réd.	1.1.2.3 J'identifie de manière autonome les clients et autres groupes d'intérêts et les caractérise avec mes propres mots, de façon qu'une personne de la branche puisse comprendre les différences.	Les critères peuvent être: <ul style="list-style-type: none"> âge, sexe, profession, statut social, culture, fortune, revenu, propriétaire d'une villa, employeur, taille de l'entreprise, chiffre d'affaires, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> - identifie de manière autonome les clients et autres groupes d'intérêts - caractérise avec ses propres mots les clients et autres groupes d'intérêts - une personne de la branche peut comprendre les différences 	<input type="checkbox"/>	1.5 Disposition à la performance	2.2 Techniques de travail	C 4

1. Branche et entreprise

1.1 Identifier les besoins du client

Objectif général

1.1.3 Durant sa formation, l'employé de commerce prend conscience de l'importance de sa présentation et de son attitude envers les clients.

	Objectifs détaillés	Conseils	Critères partiels pour les STA	Objectif atteint	Favorise l'acquisition de compétences sociales	Favorise l'acquisition de compétences méthodologiques	Taxonomie
Appliquer les règles du savoir-vivre E/B	1.1.3.1 Je sais comment me conduire dans les différentes situations que je rencontre dans mon entreprise et suis capable d'expliquer correctement à un collègue à quoi je fais attention. Je sais comment me comporter dans diverses situations. Je suis capable de l'expliquer clairement à une tierce personne en utilisant mes propres mots. Dans la pratique, je me comporte en conséquence.	Exemples: • accueillir les clients ou visiteurs et prendre congé d'eux • m'entretenir durant les pauses avec des personnes bien plus âgées que moi • répondre au téléphone.	<ul style="list-style-type: none"> - explique à des collègues à quoi il/elle prête attention dans sa manière de se conduire - explique clairement à une tierce personne son comportement dans diverses situations - se comporte de manière appropriée dans des cas pratiques 	<input type="checkbox"/>	1.1 Présentation adaptée à la situation 1.14 Civilité	2.12 Fixer des objectifs et des priorités	C 3
Répondre aux plaintes E/B	1.1.3.2 Je réagis calmement et sans parti pris aux plaintes, réclamations, objections ou critiques, qu'elles proviennent de personnes externes à l'entreprise, de clients ou de personnes travaillant dans l'entreprise et auxquelles j'ai affaire, et les aborde dans le but d'y trouver une solution.		<ul style="list-style-type: none"> - réagit avec amabilité à la plainte du client - identifie le problème et recherche des solutions - transmet la plainte 	<input type="checkbox"/>	1.16 Communiquer son rapport aux valeurs 1.7 Aptitude à gérer les conflits	2.12 Fixer des objectifs et des priorités 2.7 Techniques de résolution de problèmes	C 3
Formuler des plaintes E/B	1.1.3.3 Dans une situation concrète, je choisis les mots justes pour formuler une critique, un doute, un problème ou un plainte et expose de manière objective ce qui me tient à cœur.		<ul style="list-style-type: none"> - s'exprime de manière compréhensible - argumente objectivement sur la base de faits évidents - a des idées pour la procédure ultérieure 	<input type="checkbox"/>	1.16 Communiquer son rapport aux valeurs	2.12 Fixer des objectifs et des priorités	C 3

1. Branche et entreprise

1.2 Proposer des produits et des services

Idée directrice

Le succès à long terme d'une entreprise dépend de la qualité des produits et des services offerts, ainsi que de la façon de les vendre, qui doit être professionnelle. Il est donc décisif de disposer de bonnes connaissances des produits, d'appliquer des techniques de vente adaptées au client et d'avoir une approche professionnelle de la qualité du service.

Objectif général

1.2.1 L'employé de commerce prend à cœur de toujours contribuer à la qualité du service de son entreprise.

	Objectifs détaillés	Conseils	Critères partiels pour les STA	Objectif atteint	Favorise l'acquisition de compétences sociales	Favorise l'acquisition de compétences méthodologiques	Taxonomie
<p>Connaître les prestations de services</p> <p>E/B</p>	<p>1.2.1.1</p> <p>De façon autonome, j'établis pour mon entreprise formatrice une liste de trois à cinq prestations de services essentielles. Cette liste comprend:</p> <ul style="list-style-type: none"> • les prestations de services • la description exacte des avantages pour le client <p>Je choisis moi-même les éléments de la liste. Celle-ci comprend des prestations déjà offertes et éventuellement des prestations que l'on pourrait offrir.</p>	<p>Je demande dans mon entreprise formatrice quels avantages un excellent service peut apporter et quels coûts supplémentaires il engendre.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - établit de façon autonome une liste d'au moins 3 prestations de services - la liste comprend pour chaque cas la description exacte des avantages pour le client - propose de nouvelles prestations de services adéquates 	<input type="checkbox"/>	1.13 Aptitude au transfert	<p>2.2 Techniques de travail</p> <p>2.3 Techniques de décision</p>	C 3
<p>Expliquer un fichier clients</p> <p>E/B</p>	<p>1.2.1.2</p> <p>J'explique spontanément en quoi des informations sur les clients sont importantes pour la qualité du service de mon entreprise formatrice. Je cite par cœur au moins cinq arguments pour la gestion d'un fichier clients.</p>	<p>"Le client est roi." Si je connais bien mes clients, je peux leur offrir un bon service. Que dois-je savoir sur mes clients?</p>	<ul style="list-style-type: none"> - explique les principaux éléments du fichier clients - explique spontanément l'importance de l'information des clients - cite par cœur 5 arguments corrects 	<input type="checkbox"/>	1.13 Aptitude au transfert	2.2 Techniques de travail	C 2

1. Branche et entreprise

1.2 Proposer des produits et des services

	Objectifs détaillés	Conseils	Critères partiels pour les STA	Objectif atteint	Favorise l'acquisition de compétences sociales	Favorise l'acquisition de compétences méthodologiques	Taxonomie
Gérer un fichier clients E/B	1.2.1.3 Je sais gérer de manière autonome un fichier clients d'après un modèle. Le but de ce fichier est un service optimal à la clientèle, donc tous les lots de données doivent être complets.	Si mon entreprise formatrice n'a pas que quelques clients individuels, mais p. ex. une clientèle variée ou seulement des clients dans d'autres départements, je me pose les questions suivantes: Quelles personnes ou organisations dépendent de nous? Qui servons-nous? Quels sont les besoins et exigences des personnes ou organisations auxquels nous devons satisfaire? J'écris les réponses sous forme d'une liste sur mon ordinateur.	<ul style="list-style-type: none"> - gère de manière autonome le fichier client - la mise à jour est toujours assurée - tous les lots de données sont entièrement saisis dans les délais impartis 	<input type="checkbox"/>	1.3 Discrétion 1.13 Aptitude au transfert	2.2 Techniques de travail	C 3
Evaluer la qualité du service E	1.2.1.4 Je suis capable d'évaluer moi-même la qualité du service de mon entreprise formatrice. A cet effet, je note sur une feuille les critères d'évaluation de la qualité du service de mon entreprise formatrice ou de mon département (service). En outre, je vérifie régulièrement les points où la qualité du service peut être améliorée. a) Cela s'applique aux clients externes, qui paient pour les services ou produits. b) A l'intérieur d'une administration ou d'une entreprise, les clients peuvent également être des personnes d'autres départements. Je suis concerné par a) ou b), suivant les circonstances.	<p>Les clients apprécient la ponctualité, une réaction rapide, la qualité, un service personnalisé, etc.</p> <p>Je considère les réclamations des clients comme une opportunité de réaliser des améliorations.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - établit de manière autonome une liste des qualités du service - crée une feuille avec le nombre, fixé au préalable, des critères d'évaluation - fournit une évaluation compréhensible, assortie d'une proposition d'amélioration de la qualité du service 	<input type="checkbox"/>	1.6 Aptitude à la communication	2.1 Approche analytique et planifiée	C 6

1. Branche et entreprise

1.2 Proposer des produits et des services

Objectif général

1.2.2 L'employé de commerce démontre sa faculté d'offrir des produits et des services de manière convaincante et adaptée au client.

	Objectifs détaillés	Conseils	Critères partiels pour les STA	Objectif atteint	Favorise l'acquisition de compétences sociales	Favorise l'acquisition de compétences méthodologiques	Taxonomie
Connaître les produits et les services E/B	1.2.2.1 A l'aide de documents, je suis en mesure de décrire, dans les délais impartis, de manière autonome et précise comment mon entreprise formatrice fabrique un nombre déterminé de produits courants ou fournit des services courants.	A cette fin, j'utilise si possible un logiciel me permettant de dessiner et d'annoter un ordiogramme	<ul style="list-style-type: none"> - description autonome et exacte à l'aide de documents - a présenté le nombre de produits fixé préalablement - travail exécuté dans les délais impartis 	<input type="checkbox"/>	1.8 Disposition à la performance	2.1 Approche analytique et planifiée	C 1
Présenter des produits et des services E/B réd.	1.2.2.2 De manière autonome, je sais présenter d'au moins trois façons (images, croquis personnels, statistiques, etc.) des produits ou services de mon entreprise formatrice. Le contenu de ma présentation est correct et adapté au client.		<ul style="list-style-type: none"> - a présenté les produits/services de manière autonome - a appliqué au moins 3 différentes techniques de présentation - contenu correct et adapté au client 	<input type="checkbox"/>	1.6 Aptitude à la communication	2.6 Techniques de présentation	C 2
Connaître les formes de vente E/B	1.2.2.3 J'énonce de manière autonome les avantages et les inconvénients d'au moins trois formes de vente. En outre, je suis en mesure de proposer spontanément des solutions contribuant à réduire les inconvénients. Je porte ma réflexion sur un service ou un produit auquel j'ai déjà eu affaire, mais qui n'appartient pas à mon champ d'activité quotidien.	Exemples de formes de vente: <ul style="list-style-type: none"> - vente directe - vente par téléphone - vente par Internet - vente sur catalogue - etc. 	<ul style="list-style-type: none"> - énonce de manière autonome les avantages et les inconvénients de diverses formes de vente applicables à des services/produits n'appartenant pas à son champ d'activité quotidien - au moins 3 formes de vente sont complètes - propose des solutions susceptibles de réduire les inconvénients 	<input type="checkbox"/>	1.4 Responsabilité	2.7 Techniques de résolution de problèmes	C 3

1. Branche et entreprise

1.2 Proposer des produits et des services

	Objectifs détaillés	Conseils	Critères partiels pour les STA	Objectif atteint	Favorise l'acquisition de compétences sociales	Favorise l'acquisition de compétences méthodologiques	Taxonomie
<p>Montrer l'utilité des produits ou des services</p> <p>E/B</p>	<p>1.2.2.4</p> <p>Pour des produits ou services courants de mon entreprise formatrice, je décris clairement, en mes propres termes,</p> <ul style="list-style-type: none"> • où on les utilise • quelles sont leurs particularités • en quoi ils sont utiles. <p>Ce faisant, je me réfère aux besoins concrets des clients.</p>	<p>Je réponds par exemple aux questions suivantes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comment les prospectus, lettres publicitaires, offres, etc. décrivent-ils les avantages des prestations de mon entreprise formatrice? • A quels avantages supplémentaires ai-je déjà pensé? • Qui a besoin des prestations de mon entreprise, et pour quoi? • Quels besoins couvrent-elles? <p>Je rassemble soigneusement les documents sur les produits ou services courants dans un classeur.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - se réfère, dans ses propos, aux besoins concrets des clients - expose clairement le domaine d'utilisation - relève des particularités spécialement utiles pour le client 	<input type="checkbox"/>	<p>1.6 Aptitude à la communication</p> <p>1.11 Assurance</p>	<p>2.6 Techniques de présentation</p> <p>2.7 Techniques de résolution de problèmes</p>	C 2
<p>Convaincre les clients</p> <p>E/B</p>	<p>1.2.2.5</p> <p>Lors d'un entretien avec un client, je sais présenter nos services ou produits à l'aide d'arguments pertinents et ciblés sur la demande du client.</p>	<p>Pour ce faire, j'utilise les documents disponibles dans mon entreprise formatrice.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - utilise des arguments appropriés au produit/service - cible ses arguments sur la demande du client - présente ses arguments de manière appropriée et convaincante 	<input type="checkbox"/>	<p>1.6 Aptitude à la communication</p>	<p>2.10 Techniques de vente</p>	C 3

1. Branche et entreprise

1.3 Connaître les produits alternatifs et ceux de la concurrence

Idée directrice

Un bon employé de commerce observe le marché et connaît les produits et services de concurrents potentiels. Il a également réfléchi à d'autres manières de fournir les prestations de service.

Objectif général

1.3.1 L'employé de commerce est disposé à suivre l'évolution des produits de son entreprise et de ceux de la concurrence, et il est soucieux de connaître les différences entre ces produits.

	Objectifs détaillés	Conseils	Critères partiels pour les STA	Objectif atteint	Favorise l'acquisition de compétences sociales	Favorise l'acquisition de compétences méthodologiques	Taxonomie
Connaître les produits de la concurrence E/B	1.3.1.1 Je cite les principaux services ou produits d'un concurrent au moins. A l'aide des prospectus/documents disponibles, je suis en mesure de montrer de manière convaincante à un client, en quoi les prestations et la politique d'assortiment du concurrent sont différentes ou identiques à celles de mon entreprise formatrice.	Je visite d'autres entreprises, me fais envoyer des prospectus, discute avec des camarades qui y travaillent, etc. Si possible, je visite des foires et des expositions spécialisées, où je recueille des informations sur les produits concurrents. Le terme "politique d'assortiment" répond à la question: qu'offrons-nous au juste? Pour les administrations ou les institutions similaires, la question est: quels sont les services de notre département ou de notre bureau?	<ul style="list-style-type: none"> - cite les principaux services/ produits d'un concurrent - montre en quoi la politique d'assortiment est identique ou différente - montre de manière convaincante au client en quoi les prestations sont identiques ou différentes 	<input type="checkbox"/>	1.13 Aptitude au transfert	2.5 Traitement des informations	C 2
Montrer l'utilité additionnelle par rapport aux produits de la concurrence E	1.3.1.2 Je sais que de nombreux produits et services sont interchangeable quant à leur utilité première. C'est pourquoi je suis capable d'expliquer spontanément et clairement pour au moins trois produits courants de mon entreprise formatrice, par quelle utilité additionnelle ils se différencient de ceux des concurrents.	Si je vends par exemple des denrées alimentaires, leur utilité première consiste à apaiser la faim. Mais elles peuvent avoir une utilité additionnelle: <ul style="list-style-type: none"> • s'offrir quelque chose de particulier • faire plaisir à des invités • recevoir des félicitations pour un bon repas • etc. Je me renseigne dans mon entreprise formatrice sur les produits ou services recelant une utilité additionnelle.	<ul style="list-style-type: none"> - explique l'utilité additionnelle de trois prestations courantes - explique spontanément et clairement les différences par rapport à la concurrence - cite des concurrents et des produits comparables 	<input type="checkbox"/>	1.6 Aptitude à la communication	2.9 Techniques de négociation	C 2

1. Branche et entreprise

1.3 Connaître les produits alternatifs et ceux de la concurrence

Objectif général

1.3.2 L'employé de commerce est disposé à entrer en matière sur les objections des clients et à défendre de manière convaincante les avantages de ses produits et services par rapport aux produits alternatifs et à ceux de la concurrence.

	Objectifs détaillés	Conseils	Critères partiels pour les STA	Objectif atteint	Favorise l'acquisition de compétences sociales	Favorise l'acquisition de compétences méthodologiques	Taxonomie
Réfuter des objections E/B	1.3.2.1 J'énonce les trois objections le plus souvent formulées contre le principal produit ou service de mon entreprise formatrice et suis en mesure de les réfuter de manière appropriée.	La plupart des objections sont irrationnelles. Le client dit quelque chose mais s'imagine autre chose. C'est pourquoi je connais <ul style="list-style-type: none"> • les différents types d'objections • les règles permettant de réfuter des objections. 	<ul style="list-style-type: none"> - décrit de manière compréhensible le produit ou service principal - justifie le choix du produit ou service principal - a réfuté de manière appropriée les trois objections les plus souvent formulées 	<input type="checkbox"/>	1.6 Aptitude à la communication	2.9 Techniques de négociation	C 2
Réfuter les objections lors d'un entretien avec un client E	1.3.2.2 Lors d'un entretien avec un client, je réagis de manière professionnelle aux objections: je reste calme, montre que je comprends la requête du client et relève objectivement les caractéristiques de nos produits/services.	Lorsque j'assiste à un entretien avec un client, j'écoute attentivement, j'analyse pourquoi la conversation s'est bien ou mal déroulée et en tire mes conclusions.	<ul style="list-style-type: none"> - reste calme lors de l'entretien avec le client - montre qu'il comprend la requête du client - relève objectivement les caractéristiques des produits/services 	<input type="checkbox"/>	1.6 Aptitude à la communication 1.16 Communiquer son rapport aux valeurs	2.9 Techniques de négociation	C 3

1. Branche et entreprise

1.4 Schéma directeur et objectifs de l'entreprise

Idée directrice

Chaque entreprise a ses objectifs propres. Il est indispensable de bien connaître ces objectifs pour pouvoir représenter son entreprise à l'extérieur et comprendre les procédures et décisions en matière d'économie d'entreprise.

Objectif général

1.4.1 L'employé de commerce est conscient de l'importance du schéma directeur de l'entreprise pour le climat et les conditions de travail au sein de l'entreprise.

	Objectifs détaillés	Conseils	Critères partiels pour les STA	Objectif atteint	Favorise l'acquisition de compétences sociales	Favorise l'acquisition de compétences méthodologiques	Taxonomie
<p>Importance du schéma directeur pour le travail personnel</p> <p>E/B</p>	<p>1.4.1.1 Je sais expliquer en mes propres termes ce que le schéma directeur de mon entreprise signifie concrètement pour mon travail personnel.</p>	<p>Je me procure le schéma directeur de mon entreprise formatrice ou celui d'une autre entreprise.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - cite en nombre voulu les raisons d'établir un schéma directeur - formule des rapports à son propre travail - avance des arguments concrets pour la mise en œuvre 	<input type="checkbox"/>	<p>1.8 Disposition à la performance</p> <p>1.9 Aptitude à l'apprentissage</p>	<p>2.1 Approche analytique et planifiée</p> <p>2.12 Fixer des objectifs et de priorités</p>	<p>C 3</p>
<p>Attitude de mon entreprise formatrice envers les collaborateurs et la gestion du personnel</p> <p>E/B</p>	<p>1.4.1.2 Je sais présenter mon entreprise formatrice de manière autonome selon les critères suivants:</p> <ul style="list-style-type: none"> • sa position fondamentale concernant les requêtes des collaboratrices et collaborateurs en matière de salaire, de développement personnel, de sécurité sociale et de codécision • ses principes en matière de gestion du personnel • ses visions concernant l'évolution technique. <p>Mon exposé est clair, aussi pour un profane.</p>	<p>Je tire mes informations du schéma directeur de mon entreprise formatrice, d'entretiens avec mes supérieurs et d'observations personnelles.</p> <p>J'utilise pour ma présentation des documents clairs, préparés par moi-même. Je sais que je dois étayer chaque affirmation. J'ai recours pour ma présentation à des outils tels que panneaux, rétroprojecteurs, etc.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - prend position, de façon claire pour un profane, sur des requêtes de collaboratrices et collaborateurs en matière de salaire, de développement personnel, de sécurité sociale et de codécision - énonce, dans sa présentation préparée de manière autonome, les principes en matière de gestion du personnel - expose ses visions concernant l'évolution technique 	<input type="checkbox"/>	<p>1.16 Communiquer son rapport aux valeurs</p>	<p>2.5 Traitement des informations</p> <p>2.6 Techniques de présentation</p>	<p>C 2</p>

1. Branche et entreprise

1.4 Schéma directeur et objectifs de l'entreprise

Objectif général

1.4.2 Dans son travail, l'employé de commerce s'engage en faveur de la réalisation optimale des objectifs de l'entreprise.

	Objectifs détaillés	Conseils	Critères partiels pour les STA	Objectif atteint	Favorise l'acquisition de compétences sociales	Favorise l'acquisition de compétences méthodologiques	Taxonomie
Connaître les objectifs économiques de l'entreprise E/B	1.4.2.1 J'expose avec mes propres mots à une personne étrangère à la branche les objectifs de notre entreprise dans les domaines suivants: - produits et services - position sur le marché - relations avec les clients - ou autres aspects de l'entreprise.		<ul style="list-style-type: none"> - expose en ses propres termes les objectifs de l'entreprise d'appren-tissage en matière de produits ou services - expose en ses propres termes les objectifs de l'entreprise d'appren-tissage relatifs à sa position sur le marché - expose en ses propres termes les objectifs de l'entreprise d'appren-tissage concernant les relations avec les clients ou d'autres aspects de l'entreprise 	<input type="checkbox"/>	1.5 Souplesse 1.13 Aptitude au transfert	2.5 Traitement des informations 2.6 Techniques de présentation	C 2
Connaître les objectifs financiers E	1.4.2.2 Travailler avec des objectifs financiers fait partie de la gestion d'entreprise. Avec les ratios que j'ai appris à l'école professionnelle commerciale, je sais décrire deux à trois objectifs financiers de mon entreprise formatrice.	Ces objectifs peuvent être à court terme et concerner p. ex. les coûts, le chiffre d'affaires ou autres aspects. Ils peuvent cependant aussi concerner les bénéfices (degrés de couverture), les provisions nécessaires ou d'autres éléments. Je me suis renseigné pour savoir si ces objectifs sont soumis au secret d'entreprise. Si oui, ils ne doivent être discutés avec personne. Si non, on peut en parler avec certaines personnes.	<ul style="list-style-type: none"> - explique l'importance des objectifs financiers - cite deux ratios de son entreprise formatrice - explique la pertinence de ces deux ratios 	<input type="checkbox"/>	1.5 Souplesse	2.5 Traitement des informations 2.6 Techniques de présentation	C 3
Réaliser les objectifs financiers E	1.4.2.3 A partir des objectifs financiers, je considère trois mesures qui pourraient aider à les atteindre. Mes propositions sont pertinentes pour une personne expérimentée du domaine commercial.		<ul style="list-style-type: none"> - cite et justifie trois mesures aidant à atteindre les objectifs - explique les incidences sur sa propre place de travail - argumente de manière convaincante 	<input type="checkbox"/>	1.5 Souplesse	2.5 Traitement des informations	C 3

1. Branche et entreprise

1.4 Schéma directeur et objectifs de l'entreprise

Objectif général

1.4.3 L'employé de commerce est capable de comprendre les répercussions du système d'assurance qualité de son entreprise sur les processus de travail.

	Objectifs détaillés	Conseils	Critères partiels pour les STA	Objectif atteint	Favorise l'acquisition de compétences sociales	Favorise l'acquisition de compétences méthodologiques	Taxonomie
Connaître le Système d'Assurance Qualité E	1.4.3.1 Je m'informe sur la façon dont mon entreprise formatrice assure la qualité des nos services/produits. A l'aide de trois exemples, j'en imagine les conséquences pour notre entreprise. Je note mes considérations en veillant à me faire comprendre par un profane.	Système d'Assurance Qualité (SAQ); certification ISO, manuels, directives de travail, cahiers des charges, règlements, etc.	<ul style="list-style-type: none"> - explique le système d'assurance qualité de l'entreprise - justifie le choix des trois services/produits retenus - expose par écrit, en se référant à trois services/produits, les incidences du système qualité sur l'entreprise 	<input type="checkbox"/>	1.8 Disposition à la performance	2.5 Traitement des informations	C 2

1. Branche et entreprise

1.4 Schéma directeur et objectifs de l'entreprise

Objectif général

1.4.4 Il va de soi pour l'employé de commerce d'orienter son travail vers les objectifs visés.

	Objectifs détaillés	Conseils	Critères partiels pour les STA	Objectif atteint	Favorise l'acquisition de compétences sociales	Favorise l'acquisition de compétences méthodologiques	Taxonomie
Atteindre les objectifs E/B	<p>1.4.4.1</p> <p>Lorsqu'on me confie une tâche d'une certaine envergure, je procède de manière systématique. Je planifie mon travail en utilisant la "méthode des six étapes":</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. information 2. planification 3. décision 4. réalisation 5. contrôle 6. évaluation <p>Si mon responsable de formation ne connaît pas ce procédé, je le lui explique. Si mon entreprise utilise une autre méthode de planification du travail, je l'applique.</p>		<ul style="list-style-type: none"> - choisit et justifie le procédé - utilise la méthode choisie de manière systématique et explique la manière de procéder - est en mesure d'appliquer le procédé au moyen d'un exemple donné 	<input type="checkbox"/>	1.8 Disposition à la performance	2.1 Approche analytique et planifiée 2.8 Gestion de projets	C 3
Fixer les objectifs d'un travail d'équipe E/B réd.	<p>1.4.4.2</p> <p>Dans un cas concret, je suis en mesure de fixer moi-même par écrit les objectifs exacts d'une équipe, afin de garantir un travail d'équipe de qualité et qui soit effectué dans des délais convenables.</p> <p>Je veille particulièrement à une collaboration collégiale. La tâche se situe dans le domaine commercial mais ne fait pas partie du travail quotidien et est nouvelle.</p>	Lorsqu'un projet requiert la collaboration de plusieurs départements ou de toute l'entreprise, le travail se fait en équipe.	<ul style="list-style-type: none"> - a fixé seul(e) trois objectifs possibles - a formulé ces objectifs par écrit, de manière autonome et claire - la formulation remplit les exigences concernant la qualité et les délais à respecter 	<input type="checkbox"/>	1.12 Aptitude au travail en équipe	2.8 Gestion de projets	C 3

1. Branche et entreprise

1.5 Suivre l'évolution de la branche

Idée directrice

Les employés qui sont au courant des évolutions de leur branche peuvent mieux agir au sein de l'entreprise et saisissent mieux les besoins des clients. Ils sont professionnellement préparés pour l'avenir. Les évolutions et tendances d'actualité sont régulièrement discutées au sein de l'entreprise. Cela incite les collaborateurs à suivre spontanément ces évolutions.

Objectif général

1.5.1 L'employé de commerce se procure des informations spécifiques à son domaine d'activité par le biais des canaux d'information accessibles et s'intéresse aux développements dans sa branche.

	Objectifs détaillés	Conseils	Critères partiels pour les STA	Objectif atteint	Favorise l'acquisition de compétences sociales	Favorise l'acquisition de compétences méthodologiques	Taxonomie
Utiliser les canaux d'information concernant la branche E/B	1.5.1.1 Je connais différentes sources d'information pour me renseigner sur l'évolution de ma branche. De trois sources différentes, je choisis un article paru l'année précédente et suis capable, à l'aide de quelques notes, d'en faire un compte-rendu correct, bien structuré et rédigé en mes propres termes.	Je demande à mes formateurs quelles associations, administrations ou autres institutions fournissent régulièrement des informations à mon entreprise formatrice. Je me renseigne auprès d'elles sur des publications spécialisées et m'intéresse aux sessions et séminaires qu'elles organisent. Par ailleurs, je lis aussi souvent que possible des journaux et magazines économiques, tels l'Agefi, Bilan, PME-Magazine, etc.	<ul style="list-style-type: none"> - connaît différentes sources d'information - a choisi trois articles de différentes sources et en fait, à l'aide de quelques notes, un compte rendu correct, rédigé en ses propres termes - ces notes sont bien structurées et correctes quant au contenu 	<input type="checkbox"/>	<p>1.6 Aptitude à la communication</p> <p>1.8 Disposition à la performance</p>	<p>2.12 Fixer des objectifs et des priorités</p>	C 2
Evaluer l'évolution de la branche E	1.5.1.2 Pour deux articles que j'aurai trouvés, je sais expliquer clairement pourquoi ils sont importants pour mon entreprise ou mon travail.		<ul style="list-style-type: none"> - peut expliquer clairement pourquoi le premier article est important - peut expliquer clairement pourquoi le deuxième article est important - dans les deux cas, le lien avec l'entreprise formatrice où le travail est établi 	<input type="checkbox"/>	<p>1.6 Aptitude à la communication</p> <p>1.8 Disposition à la performance</p>	<p>2.12 Fixer des objectifs et des priorités</p>	C 3

1. Branche et entreprise

1.5 Suivre l'évolution de la branche

	Objectifs détaillés	Conseils	Critères partiels pour les STA	Objectif atteint	Favorise l'acquisition de compétences sociales	Favorise l'acquisition de compétences méthodologiques	Taxonomie
Montrer des changements à court terme dans la branche E/B	1.5.1.3 A une personne étrangère à la branche, je sais montrer clairement deux changements qui pourraient se produire actuellement ou tout prochainement dans ma branche.	Ces changements peuvent tout concerner: nouveaux ou autres services, nouveaux ou autres canaux de distribution, nouveaux types d'organisation du travail, taille des départements ou des entreprises, qualité, mondialisation, automatisation, etc. Par "branche" on entend ici p. ex.: fiduciaires, ateliers de construction mécanique, commerce de détail, administrations communales, etc.	<ul style="list-style-type: none"> - montre clairement deux changements imminents possibles - justifie son choix - cite des conséquences possibles pour la branche 	<input type="checkbox"/>	1.11 Assurance	2.6 Techniques de présentation	C 2
Montrer des changements à moyen terme dans la branche E	1.5.1.4 Pour deux changements actuels dans ma branche, je sais expliquer clairement à un spécialiste quelles pourraient en être les répercussions sur mon travail durant les cinq années à venir.		<ul style="list-style-type: none"> - explique deux changements possibles à long terme - justifie son choix - cite des conséquences possibles pour la branche 	<input type="checkbox"/>	1.11 Assurance	2.6 Techniques de présentation	C 4
Gérer les informations E	1.5.1.5 Je sais juger si des informations spécifiques de mon domaine d'activité sont importantes ou non pour mon entreprise formatrice ou pour mon travail. Je suis en mesure d'en résumer brièvement l'essentiel par écrit. J'étais mon jugement à l'aide d'au moins deux critères.	Je m'intéresse à l'actualité. Je réfléchis aux répercussions des nouvelles évolutions sur mon entreprise formatrice et en parle avec mon responsable de formation.	<ul style="list-style-type: none"> - sait opérer la distinction entre informations importantes et non importantes - justifie le choix des critères - justifie son choix d'informations 	<input type="checkbox"/>	1.6 Aptitude à la communication 1.13 Aptitude au transfert	2.5 Traitement des informations	C 6

1. Branche et entreprise

1.6 Les processus de travail dans l'entreprise

Idée directrice

Des processus de travail rationnels sont profitables au succès de l'entreprise. Il permettent de satisfaire au mieux les désirs des clients. C'est pourquoi il importe que les employés de commerce puissent décrire et analyser les processus de travail dans l'entreprise et participer à leur organisation.

Objectif général

1.6.1 L'employé de commerce s'efforce en tout temps de comprendre les processus de travail au sein de l'entreprise, de les analyser et, le cas échéant, de soumettre des propositions d'amélioration.

	Objectifs détaillés	Conseils	Critères partiels pour les STA	Objectif atteint	Favorise l'acquisition de compétences sociales	Favorise l'acquisition de compétences méthodologiques	Taxonomie
Interpréter des organigrammes E	1.6.1.1 Je suis capable d'interpréter de manière autonome des organigrammes concrets, tels qu'ils figurent p. ex. dans des rapports de gestion. A l'aide des organigrammes, je sais dire <ul style="list-style-type: none"> • quel est le cheminement des informations • qui est responsable de qui (marge de contrôle) • quel service est un service d'état-major, c'est-à-dire un service interne qui n'exerce pas l'activité proprement dite de l'entreprise, p. ex. le secrétariat d'une école • quelles sont les fonctions de ligne directement liées à l'activité principale de l'entreprise, p. ex. dans une école: les classes, les élèves et les enseignants. 	J'acquies les bases théoriques de l'organisation structurelle à l'école professionnelle commerciale. Il existe aussi des formes d'organisation tout à fait différentes, p. ex. articulées en fonction de projets ou dans lesquelles chaque personne est active à la fois dans un département et dans des projets (organisation matricielle). Il va de soi qu'une petite entreprise, p. ex. une étude d'avocat, ne se constitue pas d'organigramme.	<ul style="list-style-type: none"> - explique le cheminement des informations et montre qui est responsable de qui - identifie les services d'état-major et explique leur fonction - identifie les fonctions de ligne et explique leur rôle 	☐	1.6 Aptitude à la communication	2.1 Approche analytique et planifiée	C 2
Décrire des processus de travail E/B	1.6.1.2 Au moyen d'un ordinogramme, je décris des processus de travail dans mon entreprise tels que <ul style="list-style-type: none"> • l'exécution d'une commande • le trafic des paiements au moyen des signes usuels dans la branche sans rien omettre.	L'ordinogramme montre comment au sein de l'entreprise, les travaux s'enchaînent logiquement, se déroulent en parallèle ou se chevauchent.	<ul style="list-style-type: none"> - explique l'ordinogramme complet établi par ses soins - les signes utilisés sont courants dans la branche - identifie les intersections 	☐	1.5 Souplesse 1.6 Aptitude à la communication	2.6 Techniques de présentation	C 2

1. Branche et entreprise

1.6 Les processus de travail dans l'entreprise

	Objectifs détaillés	Conseils	Critères partiels pour les STA	Objectif atteint	Favorise l'acquisition de compétences sociales	Favorise l'acquisition de compétences méthodologiques	Taxonomie
Analyser des processus de travail E/B	1.6.1.3 Je cite trois à cinq critères me permettant d'analyser les processus de travail dans mon entreprise formatrice. A l'aide d'un ou deux de ces critères, j'ai examiné de près deux processus pas trop compliqués, et j'ai vérifié ce qui est particulièrement bien et ce que je pourrais améliorer.	Exemples de critères: <ul style="list-style-type: none"> • le temps utilisé • les éventuels malentendus entre les collaborateurs assignés à la même tâche • les déchets (écologie) • les coûts • la diversité du travail 	<ul style="list-style-type: none"> - cite au moins trois critères et justifie son choix - a examiné de près, à l'aide d'un critère, deux processus pas trop compliqués et explique ce qui est particulièrement bien - a examiné de près, à l'aide d'un critère, deux processus pas trop compliqués et explique ce que l'on pourrait améliorer 	<input type="checkbox"/>	1.7 Aptitude à gérer les conflits 1.13 Aptitude au transfert	2.1 Approche analytique et planifiée 2.4 Techniques de créativité	C 4
Proposer des améliorations E/B	1.6.1.4 Je soumetts des idées ou des propositions permettant de mieux atteindre les objectifs de l'entreprise ou de les atteindre plus facilement. Je sais expliquer pourquoi je présente cette proposition. Elle peut aussi porter sur des petites questions pratiques.		<ul style="list-style-type: none"> - soumet des idées ou des propositions - celles-ci permettent de mieux atteindre les objectifs de l'entreprise ou de les atteindre plus facilement - peut justifier sa proposition 	<input type="checkbox"/>	1.11 Assurance	2.7 Techniques de résolution de problèmes 2.11 Réflexion pluridisciplinaire	C 5

1. Branche et entreprise

1.7 Commerce

Idée directrice

Le commerce lie les producteurs aux consommateurs. Afin d'assumer cette tâche avec succès, les commerçants doivent connaître les principes, les processus et les structures du commerce.

1.7.1 Objectif général

Les commerçants s'intéressent aux comportements humains étant à la base de l'économie et du commerce.

	Objectifs détaillés	Conseils	Critères partiels pour les STA	Objectif atteint	Favorise l'acquisition de compétences sociales	Favorise l'acquisition de compétences méthodologiques	Taxonomie
Marchandises/ Prestations de service E/B	1.7.1.1 Je suis en mesure de répartir dans un tableau, de manière claire, les différents produits et prestations de mon entreprise formatrice selon des critères courants.	Critères: - libre / économique - matériel / immatériel - investissement / consommation - de luxe / culturel / existentiel - autres critères propres (Texte connaissance branche: "Produits et prestations")	<ul style="list-style-type: none"> sélectionne les produits et prestations de service de l'entreprise formatrice en guise d'exemple classe les exemples correctement en fonction de chaque critère établit un tableau clair 	<input type="checkbox"/>	Capacité de transfert	Savoir utiliser les sources d'information	C 2

1. Branche et entreprise

1.7 Commerce

Idée directrice

Le commerce lie les producteurs aux consommateurs. Afin d'assumer cette tâche avec succès, les commerçants doivent connaître les principes, les processus et les structures du commerce.

1.7.2 Objectif général

Les commerçants sont capables de présenter les structures du commerce en Suisse.

	Objectifs détaillés	Conseils	Critères partiels pour les STA	Objectif atteint	Favorise l'acquisition de compétences sociales	Favorise l'acquisition de compétences méthodologiques	Taxonomie
<p>Importance</p> <p>E/B</p>	<p>1.7.2.1 Je sais expliquer oralement ou par écrit et de manière compréhensible l'importance du commerce au sein de l'économie suisse. J'utilise pour ce faire des données d'information existantes et/ou que je me suis personnellement procurées (textes, articles, statistiques etc.) .</p>	<p>Sources d'informations: - média quotidiens - ouvrages spécialisés - office fédéral de la statistique - secrétariat d'Etat à l'économie - Internet - professionnels de la branche - autres</p> <p>(Texte connaissance branche: "Le commerce")</p>	<ul style="list-style-type: none"> récolte de manière autonome des informations à partir de sources sérieuses explique avec ses propres termes (oralement, par écrit, sous forme de dessin, etc.) l'importance du commerce pour l'économie suisse apparaît de manière évidente 	<input type="checkbox"/>	<p>Capacité de transfert</p> <p>Saine confiance en soi</p>	<p>Savoir gérer les sources d'information</p>	<p>C 5</p>

1. Branche et entreprise

1.8 Commerce international

Idée directrice

L'économie suisse dépend dans une large mesure du commerce extérieur. Le commerce international croissant rapidement est réglementé par des contrats internationaux. Les commerçants doivent connaître les structures, fonctions, répercussions et développements futurs du commerce extérieur suisse et des conventions internationales les plus importantes.

1.8.1 Objectif général

Les commerçants disposent d'une idée claire des raisons et fondements entourant le commerce d'importation en Suisse. Ils sont conscients du fait que ce commerce est soumis à différentes limitations restrictives.

	Objectifs détaillés	Conseils	Critères partiels pour les STA	Objectif atteint	Favorise l'acquisition de compétences sociales	Favorise l'acquisition de compétences méthodologiques	Taxonomie
Raisons pour l'importation E/B	1.8.1.1 A l'aide de quatre arguments, j'explique de manière compréhensible, par écrit ou oralement, pourquoi la Suisse a besoin d'importations. Pour chaque argument, je cite deux exemples issus de la pratique.	- matière première - coûts de production - savoir-faire - grandeur du marché intérieur (Texte connaissance branche: "Commerce international")	<ul style="list-style-type: none"> cite les quatre arguments cite deux exemples adéquats par argument les exemples sont proches de la pratique, c'est-à-dire en rapport avec les conditions suisses 	<input type="checkbox"/>	Capacité de communication Capacité de transfert	Techniques de présentation	C 2
L'exportation exige l'importation E	1.8.1.2 Sur la base d'un exemple donné de produit (p.ex. en provenance de mon entreprise), je peux expliquer de manière compréhensible le propos "l'exportation exige l'importation" à un nouveau collaborateur ou à un collaborateur inexpérimenté.	Sans matières premières, un pays ne peut pas exporter. Si un pays ne dispose pas de matières premières, il doit d'abord en importer, puis les transformer (les affiner), avant de pouvoir les exporter. (Texte connaissance branche: "Commerce international")	<ul style="list-style-type: none"> explique les connaissances spécifiques à la branche qui entourent ce propos établit un lien convaincant entre l'exemple et la spécificité de la branche le propos est compréhensible et intelligible pour des collaborateurs inexpérimentés 	<input type="checkbox"/>	Capacité de communication Capacité de transfert	Gérer les sources d'information	C 3
Restrictions de commerce tarifaires et non tarifaires E/B	1.8.1.3 En quelques minutes, j'explique avec mes propres mots la différence entre les entraves (restrictions) commerciales tarifaires et non tarifaires; je cite deux exemples issus de la pratique.	Entraves tarifaires: - taxes douanières - impôts Entraves non tarifaires: - formalités douanières fastidieuses - prescription de sécurité - conditions de protection de la santé - règles de protection de l'environnement - contingentements - subventions à l'exportation - autres (Texte connaissance branche: "Commerce international")	<ul style="list-style-type: none"> présente en quelques minutes et oralement ses explications de manière claire et intelligible choisit chaque fois un exemple adéquat issu de la pratique la différence est compréhensible pour l'interlocuteur 	<input type="checkbox"/>	Capacité de transfert	Techniques de créativité	C 2

<p>Connaître les répercussions des restrictions de commerce</p> <p>E</p>	<p>1.8.1.4</p> <p>Sur la base d'un article de presse traitant d'une prescription étatique que j'ai choisi personnellement, je peux démontrer à un profane quelles répercussions positives et négatives cette mesure aura sur le commerce.</p>	<p>Beaucoup de prescriptions étatiques restreignent l'économie et donc également le commerce. Elles ne sont utiles que lorsqu'elles protègent les conditions-cadres (garantie de la propriété, liberté commerciale, artisanale et industrielle) de la libre concurrence.</p> <p>(Texte connaissance branche: "Prescriptions étatiques")</p>	<ul style="list-style-type: none"> • choisit un article de presse actuel traitant du thème • cite des répercussions positives aussi bien que négatives • les propos sont compréhensibles. 	<p><input type="checkbox"/></p>	<p>Capacité de communication</p> <p>Capacité de transfert</p>	<p>Gérer les sources d'information</p>	<p>C 3</p>
--	---	---	--	---------------------------------	---	--	------------

1. Branche et entreprise

1.8 Commerce international

Idée directrice

L'économie suisse dépend dans une large mesure du commerce extérieur. Le commerce international croissant rapidement est réglementé par des contrats internationaux. Les commerçants doivent connaître les structures, fonctions, répercussions et développements futurs du commerce extérieur suisse et des conventions internationales les plus importantes.

1.8.2 Objectif général

Les commerçants s'intéressent aux conventions internationales les plus importantes qui exercent une influence directe sur le commerce extérieur suisse.

	Objectifs détaillés	Conseils	Critères partiels pour les STA	Objectif atteint	Favorise l'acquisition de compétences sociales	Favorise l'acquisition de compétences méthodologiques	Taxonomie
World Trade Organization WTO (Organisation Mondiale du commerce OMC) E	1.8.2.1 Au moyen d'un simple dessin, je suis en mesure d'expliquer à mon formateur et de manière compréhensible, les principes fondamentaux et en quoi consiste l'Organisation mondiale du commerce.	Principes fondamentaux: - libéralisation du commerce des biens et des services - non-discrimination - GATT (biens) - GATS (prestations de service) - TRIPS (propriété intellectuelle) (Texte connaissance branche: "Commerce international")	<ul style="list-style-type: none"> fait un dessin clair tient compte des tous les points importants concernant les principes fondamentaux et en quoi consiste l'OMC explique le dessin brièvement et de manière compréhensible pour le formateur 	<input type="checkbox"/>	Capacité de communication	Techniques de créativité	C 2
Union Européenne UE E	1.8.2.2 Au moyen d'un simple dessin, je suis en mesure de représenter la structure et les rôles des institutions de l'UE et de les expliquer à mon formateur.	Structure: - Parlement européen - Conseil de l'UE (des ministres) - Commission européenne - Cour de justice Modèle des 3 piliers: - marché intérieur - justice et politique intérieure - politique extérieur et de sécurité commune (Texte connaissance branche: "Commerce international")	<ul style="list-style-type: none"> fait un dessin clair tient compte des tous les points importants concernant la structure et les rôles des institutions de l'UE explique le dessin brièvement et de manière compréhensible 	<input type="checkbox"/>	Capacité de communication	Techniques de créativité	C 2
Avenir de l'UE E	1.8.2.3 Je peux citer diverses opportunités et risques pour l'économie suisse concernant l'extension de l'UE (nouveaux pays membres). Je suis en mesure de donner mon avis sur la manière dont la Suisse doit réagir à chaque opportunité ou risque.	- nouveaux marchés - réglementations uniformes - concurrence - différences culturelles - autres (Texte connaissance branche: "Commerce international")	<ul style="list-style-type: none"> cite différents risques et opportunités les opportunités et les risques sont en relation avec l'économie suisse défend son propre point de vue face à des réactions possibles 	<input type="checkbox"/>	Capacité de communication Capacité de transfert	Gérer les sources d'information	C 3

1. Branche et entreprise

1.9 Circuit économique

Idée directrice

Dans leur chemin entre la matière première, le développement et jusqu'au consommateur, les biens et les prestations de service sont généralement traités par différentes entreprises. Les différentes parties d'un circuit économique se différencient selon les fonctions qu'elles remplissent. Sur la base de ces faits, les commerçants doivent connaître la structure, les différentes formes d'exploitation et les règles fondamentales d'un circuit économique.

1.9.1 Objectif général

Les commerçants s'intéressent aux structures des différents circuits économiques en fonction du produit et sont conscients du positionnement de leur entreprise au sein du circuit économique.

	Objectifs détaillés	Conseils	Critères partiels pour les STA	Objectif atteint	Favorise l'acquisition de compétences sociales	Favorise l'acquisition de compétences méthodologiques	Taxonomie
<p>Le circuit économique</p> <p>E/B</p>	<p>1.9.1.1 Je dessine le circuit économique d'un produit de mon entreprise formatrice. Je sais positionner correctement mon entreprise sur le circuit économique. J'explique de manière convaincante à un profane les caractéristiques et les tâches à chaque niveau du circuit économique.</p>	<p>Circuit économique: - acquisition des matières premières - producteurs - grossistes - détaillants - consommateurs</p> <p>(Texte connaissance branche: "Le commerce")</p>	<ul style="list-style-type: none"> • dessine correctement le circuit économique pour le produit choisi • attribue les bonnes tâches aux différents niveaux du circuit économique et les explique de manière convaincante à un profane • positionne correctement l'entreprise dans le circuit économique 	<input type="checkbox"/>	Capacité de transfert	Techniques de présentation	C 2
<p>Collaboration au sein du circuit économique</p> <p>E</p>	<p>1.9.1.2 Sur la base d'un produit, je décris les relations que mon entreprise formatrice a avec d'autres entreprises au sein du circuit économique (fournisseurs, concurrents, clients). Dans ce cadre, j'explique qui dépend de qui, où est la collaboration entre partenaires et je démontre quels sont les avantages et désavantages pour mon entreprise.</p>	<p>Mots-clés: - puissance de l'offre - puissance de la demande - synergies (points communs) - coopération (partenariat) - concurrence - autres</p> <p>(Texte connaissance branche: "Le commerce")</p>	<ul style="list-style-type: none"> • cite toutes les relations entre l'entreprise formatrice et les autres entreprises au sein du circuit économique • peut expliquer pour chaque relation s'il s'agit d'une dépendance ou d'un partenariat • explique quels sont les avantages et les inconvénients de chaque relation pour son entreprise formatrice 	<input type="checkbox"/>	Capacité de transfert	Gérer les sources d'information	C 3

1. Branche et entreprise

1.9 Circuit économique

Idée directrice

Dans leur chemin entre la matière première, le développement et jusqu'au consommateur, les biens et les prestations de service sont généralement traités par différentes entreprises. Les différentes parties d'un circuit économique se différencient selon les fonctions qu'elles remplissent. Sur la base de ces faits, les commerçants doivent connaître la structure, les différentes formes d'exploitation et les règles fondamentales d'un circuit économique.

1.9.2 Objectif général

Les commerçants sont conscients de l'importance des entreprises de commerce au sein du circuit économique.

	Objectifs détaillés	Conseils	Critères partiels pour les STA	Objectif atteint	Favorise l'acquisition de compétences sociales	Favorise l'acquisition de compétences méthodologiques	Taxonomie
Fonctions du commerce E/B	1.9.2.1 Dans le cadre d'une discussion sur la nécessité du commerce, j'argumente de manière pragmatique et correcte. Je démontre clairement les avantages pour le client des fonctions remplies par le commerce.	Fonctions du commerce: - compensation des quantités - assortiment - stockage - conseil / information - financement - autres (Texte connaissance branche: "Le commerce")	<ul style="list-style-type: none"> argumente de manière pragmatique et correcte sur la signification du commerce pour le client démontre clairement dans les arguments les fonctions exercées par les entreprises de commerce pendant la discussion, avance les arguments de manière logique découlant du contexte adéquat 	<input type="checkbox"/>	Saine confiance en soi	Gérer les sources d'information	C 3
Avenir du commerce E	1.9.2.2 J'explique comment le commerce s'est développé dans le passé et comment il pourrait se développer dans le futur. Pour ce faire, je cite trois fonctions qui, à mon avis, ont pris de l'importance par rapport au passé. Je justifie mes propos avec les exemples pratiques.	Je questionne des personnes ayant une longue expérience du commerce au sujet des changements qu'elles ont vécus dans la branche. Je mets ces informations en rapport avec les fonctions du commerce. (Texte connaissance branche: "Le commerce")	<ul style="list-style-type: none"> cite trois fonctions du commerce explique de manière compréhensible pourquoi les fonctions choisies ont pris de l'importance choisit des exemples proches de la pratique, qui se rapportent aux fonctions choisies 	<input type="checkbox"/>	Capacité de transfert	Gérer les sources d'information	C 4
Formes d'exploitation E/B	1.9.2.3 Je peux citer les diverses formes d'exploitation existant dans le commerce; je peux expliquer quelle(s) est(sont) celle(s) de mon entreprise formatrice	Commerce de détail: - Grand magasin - Supermarché - Magasin spécialisé - autres Commerce de gros: - Commerce de gros spécialisé - Commerce de vente en gros - autres (Texte connaissance branche: "Le commerce")		<input type="checkbox"/>	Capacité de transfert	Gérer les sources d'information	C 1

1. Branche et entreprise

1.10 Flux des marchandises

Idée directrice

La tâche principale du commerce est de proposer des marchandises et des prestations de service. Celles-ci doivent être sélectionnées, acquises, transportées et stockées. Afin qu'ils comprennent toutes les connexions du flux de marchandises, les commerçants doivent disposer de connaissances de base à tous les niveaux, même si les différentes activités sont exécutées par des spécialistes.

1.10.1 Objectif général

Les commerçants sont capables d'analyser l'assortiment de leur propre entreprise et de le comparer à ceux de la concurrence.

	Objectifs détaillés	Conseils	Critères partiels pour les STA	Objectif atteint	Favorise l'acquisition de compétences sociales	Favorise l'acquisition de compétences méthodologiques	Taxonomie
Connaître la composition de l'assortiment E/B	1.10.1.1 J'explique à un collaborateur la composition de l'assortiment de mon entreprise formatrice. Pour ce faire, j'utilise des expressions techniques dont j'explique la signification avec des exemples concrets	Expressions techniques: - assortiment large / étroit - assortiment profond / plat (Texte connaissance branche: "Marketing")	<ul style="list-style-type: none"> explique le terme "composition de l'assortiment" de manière intelligible utilise les expressions techniques correctement sélectionne des exemples appropriés 	<input type="checkbox"/>	Capacité de communication Capacité de transfert	Gérer les sources d'information	C 2
Politique d'assortiment E	1.10.1.2 Je peux évaluer de manière autonome la politique d'assortiment de mon entreprise formatrice. Pour ce faire, j'établis une liste comportant les différents facteurs qui influencent la politique d'assortiment. Finalement, j'en déduis mes conclusions sur la qualité de la politique d'assortiment de mon entreprise.	Facteurs: - buts de l'entreprise - marché d'approvisionnement - marché de consommation - autres (Texte connaissance branche: "Marketing")	<ul style="list-style-type: none"> établit une liste avec les facteurs d'influence les plus importants décèle correctement l'influence caractéristique des facteurs sur la politique d'assortiment et leur importance déduit des conclusions compréhensibles à propos de la qualité de la politique d'assortiment 	<input type="checkbox"/>	Capacité de communication Capacité de transfert	Approche analytique et planifiée	C 6

1. Branche et entreprise

1.10 Flux des marchandises

Idee directrice

La tâche principale du commerce est de proposer des marchandises et des prestations de service. Celles-ci doivent être sélectionnées, acquises, transportées et stockées. Afin qu'ils comprennent toutes les connexions du flux de marchandises, les commerçants doivent disposer de connaissances de base à tous les niveaux, même si les différentes activités sont exécutées par des spécialistes.

1.10.2 Objectif général

Les commerçants montrent de l'intérêt en vue d'acquérir les fondements théoriques de l'achat sur la base d'exemples pratiques.

	Objectifs détaillés	Conseils	Critères partiels pour les STA	Objectif atteint	Favorise l'acquisition de compétences sociales	Favorise l'acquisition de compétences méthodologiques	Taxonomie
Sources d'approvisionnement E/B	1.10.2.1 Je cite à mon formateur les sources d'approvisionnement (fournisseurs) pour les produits de mon entreprise formatrice. Ensuite, j'explique de manière compréhensible quels critères ont joué un rôle décisif pour l'attribution des commandes aux fournisseurs respectifs	Critères: - prix - qualité - disponibilité à la livraison - autres (Texte connaissance branches: "Approvisionnement")	<ul style="list-style-type: none"> cite les bonnes sources d'approvisionnement décrit les différents critères qui peuvent être pris en considération pour le choix des fournisseurs justifie de manière compréhensible quels critères ont été décisifs pour l'exemple précité 	<input type="checkbox"/>	Capacité de communication Capacité de transfert	Techniques de présentation	C 3
Moment de la commande E/B	1.10.2.2 Sur la base d'un exemple tiré de mon entreprise formatrice, je peux déterminer le moment adéquat pour passer commande et expliquer les niveaux de stock décisifs en la matière	Niveaux de stock: - stock maximum - stock d'alerte (déclencheur de commande) - stock minimum - stock de sécurité - vente à défaut (Texte connaissance branche: "Gestion de stock")	<ul style="list-style-type: none"> explique correctement les niveaux de stock décisifs pour passer la commande dessine un graphique sur lequel peut s'appuyer lors de ses explications sur la base de l'exemple, détermine le bon moment pour passer la commande 	<input type="checkbox"/>	Capacité de transfert	Gérer les sources d'information	C 2
Quantité d'achat E	1.10.2.3 Je détermine la quantité à acheter pour un produit de mon entreprise formatrice. Je justifie la quantité définie à l'aide de trois facteurs que j'ai personnellement choisis. Je peux justifier ma décision de manière convaincante, par écrit ou oralement.	Facteurs: - taille du stock - délai de livraison - rabais sur la quantité - tendances - saison - autres (Texte connaissance branche: "Gestion de stock")	<ul style="list-style-type: none"> choisit trois facteurs importants pour déterminer la quantité d'achat du produit en question détermine correctement la quantité d'achat sur la base des facteurs choisis défend sa décision de manière convaincante 	<input type="checkbox"/>	Saine confiance en soi Capacité de communication Capacité de transfert	Gérer les sources d'information	C 3

1. Branche et entreprise

1.10 Flux des marchandises

Idée directrice

La tâche principale du commerce est de proposer des marchandises et des prestations de service. Celles-ci doivent être sélectionnées, acquises, transportées et stockées. Afin qu'ils comprennent toutes les connexions du flux de marchandises, les commerçants doivent disposer de connaissances de base à tous les niveaux, même si les différentes activités sont exécutées par des spécialistes.

1.10.3 Objectif général

Les commerçants reconnaissent l'importance d'un stock bien géré pour toute entreprise de commerce. Ils sont disposés d'appliquer ces connaissances dans la pratique du travail quotidien.

	Objectifs détaillés	Conseils	Critères partiels pour les STA	Objectif atteint	Favorise l'acquisition de compétences sociales	Favorise l'acquisition de compétences méthodologiques	Taxonomie
Données de stock E/B	<p>1.10.3.1</p> <p>a) je sais calculer les trois plus importantes données de stock sur la base d'exemples donnés et expliquer leur signification.</p> <p>b) je sais interpréter les données calculées par rapport à l'exemple en question.</p>	<p>Éléments:</p> <ul style="list-style-type: none"> - état du stock - rotation du stock - durée de stockage <p>(Texte connaissance branche: "Gestion de stock")</p>	<ul style="list-style-type: none"> • donne la signification correcte des trois données de stock les plus importantes • calcule correctement les exemples donnés • interprète correctement les résultats. 	<input type="checkbox"/>	Capacité de transfert	Gérer les sources d'information	C 1 C 3
Coûts de stockage E	<p>1.10.3.2</p> <p>Je cite correctement les quatre éléments des coûts de stockage. Sur la base d'exemples que j'ai personnellement choisis, je les explique de manière simple et intelligible à un collègue.</p>	<p>Éléments:</p> <ul style="list-style-type: none"> - coût de l'entrepôt - frais du personnel - capital - risques de stockage - autres <p>(Texte connaissance branche: "Gestion de stock")</p>	<ul style="list-style-type: none"> • explique de manière correcte les quatre éléments • les explications sont simples et compréhensibles • cite un exemple adéquat par élément 	<input type="checkbox"/>	Capacité de communication Capacité de transfert	Gérer les sources d'information	C 2
Objectifs de la gestion de stock E/B	<p>1.10.3.3</p> <p>A l'attention d'un profane et sur la base d'un exemple que j'ai personnellement choisi, je décris avec mes propres mots et de manière compréhensible les trois objectifs essentiels de la gestion de stock ainsi que les conflits entre lesdits objectifs.</p>	<p>Objectifs:</p> <ul style="list-style-type: none"> - disponibilité à la livraison - réduction des coûts - réduction de l'immobilisation du capital <p>(Texte connaissance branche: "Gestion de stock")</p>	<ul style="list-style-type: none"> • décrit tous les trois objectifs essentiels avec ses propres mots • sur la base d'un exemple, démontre les conflits entre lesdits objectifs • les informations sont compréhensibles de la part d'un profane 	<input type="checkbox"/>	Capacité de communication Capacité de transfert	Techniques de présentation	C 2

<p>Inventaire et inventorier</p> <p>E/B</p>	<p>1.10.3.4 a) Je sais expliquer avec mes propres mots et de manière compréhensible les termes "inventaire" et "inventorier". b) Je sais justifier de manière compréhensible la nécessité d'inventorier. c) Je cite par cœur cinq raisons possibles de différences d'inventaire.</p>	<p>(Texte connaissance branche: "Gestion de stock")</p>	<ul style="list-style-type: none"> explique les termes avec ses propres mots de manière compréhensible et correcte justifie de manière convaincante la nécessité d'inventorier cite cinq raisons expliquant des différences d'inventaire 	<p><input type="checkbox"/></p>	<p>Capacité de communication</p> <p>Capacité de transfert</p>	<p>Gérer les sources d'information</p>	<p>C 2</p> <p>C 2</p> <p>C 1</p>
<p>Stocker les marchandises</p> <p>E/B</p>	<p>1.10.3.5 A l'aide d'exemples parlants et pragmatiques, je sais expliquer de manière compréhensible à un profane les notions relatives à la gestion de stock</p>	<p>Notions: - fonction de stockage - types d'entrepôts - principes de stockage - flux de marchandise en stock - risques de stockage</p> <p>(Texte connaissance branche: "Gestion de stock")</p>	<ul style="list-style-type: none"> explique toutes les notions importantes les expliquer de manière intelligible et compréhensible pour un profane choisit des exemples pragmatiques correspondants 	<p><input type="checkbox"/></p>	<p>Capacité de communication</p> <p>Capacité de transfert</p>	<p>Gérer les sources d'information</p>	<p>C 2</p>
<p>Code-barres pour la gestion des marchandises</p> <p>E</p>	<p>1.10.3.6 a) Je sais énumérer les informations contenues dans un code EAN. b) J'explique oralement à un profane l'importance des code-barres pour le commerce. Si mon entreprise formatrice utilise un code-barres dans la gestion de ses marchandise, je me réfère à cet exemple.</p>	<p>Mots-clés importants: - automatisation - identification - rapidité - traçabilité - autres</p> <p>(Texte connaissance branche: "Gestion de stock")</p>	<ul style="list-style-type: none"> présente correctement les informations contenues dans le code-barres explique à un profane les avantages du code-barres pour le commerce démontre l'utilité pour la gestion des marchandises au sein de l'entreprise formatrice, de manière correcte et compréhensible 	<p><input type="checkbox"/></p>	<p>Capacité de communication</p> <p>Capacité de transfert</p>	<p>Techniques de présentation</p>	<p>C 3</p> <p>C 3</p>

1. Branche et entreprise

1.10 Flux des marchandises

Idée directrice

La tâche principale du commerce est de proposer des marchandises et des prestations de service. Celles-ci doivent être sélectionnées, acquises, transportées et stockées. Afin qu'ils comprennent toutes les connexions du flux de marchandises, les commerçants doivent disposer de connaissances de base à tous les niveaux, même si les différentes activités sont exécutées par des spécialistes.

1.10.4 Objectif général

Les commerçants sont conscients de l'importance déterminante pour le commerce de la fluidité des expéditions et de la logistique. Aussi, ils sont particulièrement motivés d'acquérir les connaissances spécialisées nécessaires pour la collaboration avec les commissionnaires de transport et les logisticiens.

	Objectifs détaillés	Conseils	Critères partiels pour les STA	Objectif atteint	Favorise l'acquisition de compétences sociales	Favorise l'acquisition de compétences méthodologiques	Taxonomie
Tâches de l'expédition E/B	1.10.4.1 J'explique correctement et avec mes propres mots les tâches essentielles du commissionnaire de transport.	Commissionnaire de transport en tant que: - intermédiaire - conducteur - fournisseur d'autres prestations (Texte connaissance branche: "Expédition")	<ul style="list-style-type: none"> cite les entreprises de transport avec lesquelles son entreprise formatrice travaille se procurer de manière autonome les informations sur les activités de ces entreprises de transport sur la base des informations recueillies, explique de manière compréhensible les tâches des entreprises de transport 	<input type="checkbox"/>	Capacité de communication Capacité de transfert	Gérer les sources d'information	C 2
Tâches de la logistique E/B	1.10.4.2 Sur la base d'un produit de mon entreprise formatrice, je dessine le chemin qu'il suit du producteur au consommateur; j'indique quelles activités la logistique assume et à quels endroits.	(Texte connaissance branche: "Expédition")	<ul style="list-style-type: none"> représente le chemin du producteur au consommateur en se basant sur un produit choisi de manière autonome dessine clairement le chemin indique correctement les diverses activités de la logistique 	<input type="checkbox"/>	Capacité de communication	Approche en réseau Techniques de présentation	C 3
Just-in-time (Juste-à-temps) E	1.10.4.3 Je connais le terme "just-in-time" et je sais l'expliquer. Sur la base d'un exemple de mon entreprise formatrice, lors de l'application du principe "just-in-time", je peux montrer de manière convaincante où les avantages théoriques se vérifient dans la pratique; je peux montrer également où peuvent surgir des problèmes.	(Texte connaissance branche: "Expédition")	<ul style="list-style-type: none"> explique la notion "just-in-time" de manière compréhensible. à l'aide d'un exemple concret, démontre les avantages du principe "just-in-time" à l'aide d'un exemple concret, démontre les inconvénients du principe "just-in-time". 	<input type="checkbox"/>	Capacité de communication Saine confiance en soi	Gérer les sources d'information Techniques de présentation	C 3

<p>Voies et moyens de transport</p> <p>E/B</p>	<p>1.10.4.4</p> <p>Pour un produit de mon entreprise formatrice, je choisis personnellement un moyen de transport adéquat; je décris, de manière compréhensible, l'itinéraire que devrait prendre la marchandise et je justifie de manière compréhensible la solution que je préconise.</p>	<p>Points à prendre en compte:</p> <ul style="list-style-type: none"> - prix du transport - taille de l'envoi - urgence - valeur de la livraison - lieu de chargement et de destination <p>(Texte connaissance branche: "Expédition")</p>	<ul style="list-style-type: none"> • décrit de manière compréhensible l'itinéraire de transport logique que la marchandise devrait prendre • choisit les moyens de transport adéquats • justifie de manière compréhensible la solution envisagée 	<p><input type="checkbox"/></p>	<p>Capacité de communication</p> <p>Capacité de transfert</p> <p>Saine confiance en soi</p>	<p>Gérer les sources d'information</p>	<p>C 3</p>
<p>Incoterms</p> <p>E</p>	<p>1.10.4.5</p> <p>a) Je peux expliquer sommairement ce que sont les "Incoterms" et ce qu'ils permettent de régler.</p> <p>b) Parmi plusieurs Incoterms disponibles, je sais choisir celui que est le plus avantageux pour le vendeur ou pour l'acheteur, et je peux justifier mon choix de manière compréhensible.</p>	<p>Avantages des clauses Incoterms:</p> <ul style="list-style-type: none"> - conditions de livraisons internationales - éviter les erreurs d'interprétation et les querelles <p>(Texte connaissance branche: "Expédition")</p>	<ul style="list-style-type: none"> • explique sommairement la signification et le contenu des Incoterms • parmi plusieurs Incoterms, choisi à chaque fois un Incoterm idéal pour l'acheteur ou pour le vendeur • justifie son choix de manière compréhensible et convaincante 	<p><input type="checkbox"/></p>	<p>Capacité de communication</p> <p>Capacité de transfert</p>	<p>Gérer les sources d'information</p>	<p>C 2</p> <p>C 3</p>

1. Branche et entreprise

1.11 Vente et marketing

Idée directrice

En Suisse, l'offre étant plus forte que la demande, les entreprises doivent accorder une grande attention à l'écoulement de leurs produits. En conséquence, les commerçants doivent être familiers des instruments de promotion des ventes, de fidélisation et du marketing.

1.11.1 Objectif général

Les commerçants suivent intensément l'utilisation des instruments éprouvés et le développement des nouveaux outils de promotion des ventes, de fidélisation et de marketing.

	Objectifs détaillés	Conseils	Critères partiels pour les STA	Objectif atteint	Favorise l'acquisition de compétences sociales	Favorise l'acquisition de compétences méthodologiques	Taxonomie
Données de chiffre de vente E/B	1.11.1.1 Je présente trois données de chiffre de vente importantes pour mon entreprise formatrice. A l'aide de deux exemples, je peux expliquer quelles sont les incidences possibles sur le marketing lors de changements de ces données et quelles sont les mesures que peuvent entreprendre la Direction de l'entreprise pour gérer le chiffre d'affaires.	Données de chiffre de vente: - Bénéfice - chiffre d'affaires - chiffre d'affaires par m2 - chiffre d'affaires par collaborateur (par personne ou par heure) - chiffre d'affaires par client (Texte connaissance branche: "Marketing")	<ul style="list-style-type: none"> présente trois données de chiffres de vente importantes pour l'entreprise à l'aide de deux exemples, explique quelles sont les incidences possibles sur le marketing lors de changements des données de chiffre de vente explique quelles sont les mesures que peut entreprendre la Direction de l'entreprise pour gérer le chiffre d'affaire 	<input type="checkbox"/>	Capacité de communication Capacité de transfert	Gérer les sources d'information	C 2
Importance des mesures de promotion des ventes E/B	1.11.1.2 a) J'explique à mon formateur la signification et l'importance de cinq mesures de promotion des ventes. b) A l'aide d'un tableau et sur la base de ces cinq mesures, je compare mon entreprise formatrice avec une entreprise concurrente. c) Dans une colonne supplémentaire du tableau et sur la base de critères que j'ai choisis personnellement, je démontre laquelle des deux entreprises a, à mon avis, mieux appliqué une mesure.	mesures envisageables: - vitrines - espace de vente - suivi de la clientèle - présentation des marchandises - éclairage - musique de fond - ambiance de l'espace - service externe - autres (Texte connaissance branche: "Marketing").	<ul style="list-style-type: none"> explique correctement la signification et l'importance de cinq mesures de promotion totalement différentes à l'aide d'un tableau, compare l'entreprise formatrice avec une entreprise concurrentielle et démontre quelle entreprise travaille avec quelle mesure déduit des conclusions compréhensibles sur la base de critères d'évaluation personnellement choisis 	<input type="checkbox"/>	Capacité de communication Capacité de transfert Communiquer sa propre échelle de valeurs	Gérer les sources d'information	C 2 C 4 C 6

<p>Fidélisation de la clientèle</p> <p>E</p>	<p>1.11.1.3</p> <p>Sur la base d'un exemple de mon entreprise formatrice (s'il n'y en a pas, j'en défini un), je peux expliquer de manière convaincante les avantages et les inconvénients des systèmes de rabais ou de récompense de loyauté ou des programmes de fidélisation, du point de vue du client et de celui de l'entreprise. Je peux contrer les critiques envers de tels systèmes avec de bons arguments.</p>	<p>Rabais possibles:</p> <ul style="list-style-type: none"> - rabais de quantité - rabais de fidélité - rabais de revendeur - rabais de fonction - autres <p>(Texte connaissance branche: "Marketing")</p>	<ul style="list-style-type: none"> • sur la base de l'exemple choisi, démontre de manière compréhensible les avantages des systèmes ou programmes • sur la base de l'exemple choisi, démontre de manière compréhensible les inconvénients des systèmes ou programmes • réagit de manière réfléchie et convaincante face aux critiques 	<p><input type="checkbox"/></p>	<p>Capacité de communication</p> <p>Saine confiance en soi</p>	<p>Gérer les sources d'information</p> <p>Techniques de présentation</p>	<p>C 3</p>
<p>Choix de la localisation</p> <p>E</p>	<p>1.11.1.4</p> <p>Je peux évaluer si le lieu où se trouve mon entreprise formatrice est optimal. Dans un tableau, je dresse une liste des différents facteurs importants pour le choix de la localisation. Sur la base du lieu actuel, j'évalue chaque facteur pour savoir s'il est bien rempli ou pas. Je peux défendre mes résultats de manière convaincante.</p>	<p>Facteurs d'influence:</p> <ul style="list-style-type: none"> - proximité du client - pouvoir d'achat - volume du marché - entreprises concurrentes - réseau routier - recrutement du personnel - loyer - régime fiscal - autres <p>(Texte connaissance branche: "Marketing").</p>	<ul style="list-style-type: none"> • dresse une liste comportant tous les facteurs décisifs pour le choix de la localisation de l'entreprise formatrice • évalue correctement si le lieu actuel remplit chaque facteur ou pas • défend ses résultats de manière convaincante et compréhensible 	<p><input type="checkbox"/></p>	<p>Capacité de communication</p> <p>Capacité de transfert</p> <p>Saine confiance en soi</p>	<p>Gérer les sources d'information</p>	<p>C 5</p>
<p>Marketing Mix</p> <p>E/B</p>	<p>1.11.1.5</p> <p>Pour un produit ou service de mon entreprise formatrice, je présente avec mes propres mots le marketing mix choisi.</p>	<p>Marketing Mix:</p> <ul style="list-style-type: none"> - produit (Product) - prix (Price) - distribution / vente (Place) - promotion (Promotion) <p>(Texte connaissance branche: "Marketing")</p>	<ul style="list-style-type: none"> • pour le produit ou la prestation, explique quels instruments de marketing sont utilisés concernant les domaines "prix" et " produit" • pour le produit ou la prestation, explique quels instruments de marketing sont utilisés concernant le domaine "distribution / vente" • pour le produit ou la prestation, explique quels instruments de marketing sont utilisés concernant le domaine "promotion" 	<p><input type="checkbox"/></p>	<p>Capacité d'apprendre</p>	<p>Techniques de présentation</p>	<p>C 3</p>

<p>Emballage</p>	<p>1.11.1.6 J'analyse l'emballage d'un produit de mon entreprise formatrice pour savoir si les exigences de quatre critères que je choisis personnellement sont remplies. Sur la base des conclusions que j'ai notées par écrit, je les transmets à mon formateur oralement et de manière clairement compréhensible.</p>	<p>Critères: - fonction de stockage - fonction de transport - fonction de protection - fonction de réutilisation - prescriptions légales - autres (Texte connaissance branche: "Marketing")</p>	<ul style="list-style-type: none"> • choisit de manière autonome quatre critères judicieux et en tire les bonnes informations • reconnaît correctement si l'emballage remplit les critères choisis • transmet oralement et de manière clairement compréhensible les conclusions formulées par écrit 	<p><input type="checkbox"/></p>	<p>Capacité de transfert</p>	<p>Gérer les sources d'information</p>	<p>C 4</p>
<p>Marques E</p>	<p>1.11.1.7 Je connais les trois types de nom de marque. Sur la base d'un exemple tiré de mon entreprise formatrice, je peux expliquer de manière convaincante quelles réflexions ont été faites pour choisir le type de nom de marque de ce produit concernant: - la politique d'assortiment ; - le groupe cible de clients.</p>	<p>Types de nom de marque: - produit blanc - articles de marque - nom individuel ou nom de l'entreprise (Texte connaissance branche: Marketing")</p>	<ul style="list-style-type: none"> • explique correctement les trois types de nom de marque • sur la base d'un exemple, démontre de manière convaincante la relation entre le nom de la marque et le groupe cible de clients • sur la base d'un exemple, démontre de manière convaincante quelle relation y a-t-il entre le nom de la marque et la politique d'assortiment 	<p><input type="checkbox"/></p>	<p>Capacité de transfert</p>	<p>Gérer les sources d'information</p>	<p>C 3</p>

1. Branche et entreprise

1.12 Financement du commerce

Idée directrice

Le commerce comporte de nombreux risques. Il implique, entre autres, le danger de pertes matérielles et financières. C'est pourquoi les commerçants doivent au courant de ces facteurs de risques et des aspects financiers.

1.12.1 Objectif général

Les commerçants sont capables d'engager les instruments les plus appropriés pour contrer les dangers potentiels qui menacent le commerce.

	Objectifs détaillés	Conseils	Critères partiels pour les STA	Objectif atteint	Favorise l'acquisition de compétences sociales	Favorise l'acquisition de compétences méthodologiques	Taxonomie
Evaluer les risques E/B	1.12.1.1 Parmi trois risques commerciaux, qu'ils soient nationaux ou internationaux, je cite une possibilité de limiter chacun. Je peux expliquer les mesures à un profane avec mes propres mots.	Risques: - vol - guerre - grève - accident - intempéries - pas de livraison - escroquerie autres (Texte connaissance branche: "Modalités de paiement commercial")	<ul style="list-style-type: none"> montre pour trois risques différents dans quelle mesure ils peuvent représenter un danger pour le commerce désigne les instruments corrects / utiles pour contrer les risques respectifs les explications sont compréhensibles pour un profane 	<input type="checkbox"/>	Capacité de communication Capacité de transfert	Techniques de présentation	C 2
Instruments de paiement commercial E	1.12.1.2 a) Je suis au courant des instruments de paiement commercial et je peux expliquer avec mes propres mots les points sur lesquels ils divergent. b) Sur la base d'un exemple de mon entreprise formatrice librement choisi, je peux expliquer à un profane le fonctionnement de l'instrument de paiement le plus approprié au cas en question.	Instruments de paiement: - facture ouverte - paiement anticipé - encaissement documentaire - accreditif - garantie bancaire ou de paiement (Texte connaissance branche: "Modalités de paiement commercial")	<ul style="list-style-type: none"> cite les conditions de paiement les plus courantes dans le commerce montre les différences de manière compréhensible explique de manière compréhensible à un profane le fonctionnement de l'instrument le plus approprié pour l'exemple en question 	<input type="checkbox"/>	Capacité de communication Capacité de transfert	Gérer les sources d'information Techniques de présentation	C 2 C 2

1. Branche et entreprise

1.13 Conditions légales

Idée directrice

Le commerce est exposé à la fois aux exigences économiques et aux réglementations et lois fixées par l'Etat. Afin de pouvoir prendre les décisions correctes et conformes aux lois, les commerçants doivent connaître les prescriptions qui concernent les activités commerciales.

1.13.1 Objectif général

Les commerçants d'intéressent à toutes les formes de taxes (taxes douanières, impôts) et modes de prélèvement exerçant une influence sur leurs activités commerciales.

	Objectifs détaillés	Conseils	Critères partiels pour les STA	Objectif atteint	Favorise l'acquisition de compétences sociales	Favorise l'acquisition de compétences méthodologiques	Taxonomie
Quittance de douane et de TVA E/B	1.13.1.1 Sur la base d'un exemple tiré de mon entreprise formatrice, je peux expliquer correctement et de manière compréhensible quelles informations figurent dans une quittance de douane et de TVA.	(Texte connaissance branche: "Les douanes")	<ul style="list-style-type: none"> choisit un exemple de quittance de douane et de TVA judicieux explique toutes les informations figurant sur une quittance de douane et de TVA explique les informations de manière correcte et compréhensible 	<input type="checkbox"/>	Capacité de communication Capacité de transfert	Gérer les sources d'information	C 3
Tâches de l'administration douanière E/B	1.13.1.2 Je peux citer les quatre tâches principales de l'administration douanière et les décrire en me basant sur un exemple issu de la pratique.	Tâches: - perception des redevances - coopération avec les autorités et organisations étrangères - protection de la population et de l'environnement - sécurité dans l'espace public (Texte connaissance branche: "Les douanes").	<ul style="list-style-type: none"> cite correctement les quatre tâches principales de l'administration douanière choisit les exemples (au sein de son entreprise formatrice) issus de la pratique les exemples illustrent les tâches de manière juste et compréhensible 	<input type="checkbox"/>	Capacité de communication Capacité de transfert	Gérer les sources d'information	C 2
Formalités douanières E	1.13.1.3 Sur la base d'un produit de mon entreprise formatrice, je peux citer quels documents sont nécessaires pour les formalités douanières. Pour chaque document, je peux expliquer à un profane quelles sont les informations qui y figurent et pourquoi il est nécessaire pour les formalités douanières.	Documents nécessaires: - facture - quittance - bulletin de livraison - certificat d'origine - autorisation (Texte connaissance branche: "Les douanes").	<ul style="list-style-type: none"> cite tous les documents nécessaires pour le produit peut expliquer à un profane quelles informations figurent dans chaque document peut expliquer à un profane pourquoi chaque document est nécessaire pour les formalités douanières 	<input type="checkbox"/>	Capacité de communication Capacité de transfert	Gérer les sources d'information	C 2

<p>Avenir de l'administration douanière</p> <p>E</p>	<p>1.13.1.4</p> <p>Je réfléchis au développement futur des tâches et des procédures de l'administration douanière; je justifie mes réflexions.</p>	<p>Tâches actuelles:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Objectif détaillé 1.13.1.2 <p>Procédures douanières actuelles:</p> <ul style="list-style-type: none"> - avec document unique - modèle douane 90 - destinataire agréé - expéditeur agréé <p>(Texte connaissance branche: "Les douanes").</p>	<ul style="list-style-type: none"> • prend en compte dans sa réflexion les tâches actuelles ainsi que les évolutions prévisibles • prend en compte dans sa réflexion les procédures douanières actuelles ainsi que les évolutions prévisibles • justifie ses réflexions de manière simple et compréhensible 	<p style="text-align: center;">□</p>	<p>Capacité de communication</p> <p>Capacité de transfert</p>	<p>Gérer les sources d'information</p> <p>Techniques de créativité</p>	<p>C 5</p>
--	--	--	--	--------------------------------------	---	--	------------

1. Branche et entreprise

1.13 Conditions légales

Idee directrice

Le commerce est exposé à la fois aux exigences économiques et aux réglementations et lois fixées par l'Etat. Afin de pouvoir prendre les décisions correctes et conformes aux lois, les commerçants doivent connaître les prescriptions qui concernent les activités commerciales.

1.13.2 Objectif général

Les commerçants sont conscients des avantages de mesures uniformes et de leur importance pour le fonctionnement du commerce.

	Objectifs détaillés	Conseils	Critères partiels pour les STA	Objectif atteint	Favorise l'acquisition de compétences sociales	Favorise l'acquisition de compétences méthodologiques	Taxonomie
Normalisation (en anglais Standards) E/B	1.13.2.1 Je m'imagine à quoi ressemblerait mon entreprise formatrice si l'économie ne disposait pas de normes. Dans un bref exposé, je résume mes réflexions.	Je m'informe auprès de mon entreprise formatrice pour savoir quels produits ou procédures de travail sont soumis à une normalisation. Sur la base de ces connaissances, je rédige un texte. (Texte connaissance branche: "La normalisation").	<ul style="list-style-type: none"> • rédige un bref texte sans faute • décrit le grand nombre de normes et unités de mesures standardisées qui dominent l'économie • explique de manière compréhensible à quoi ressemblerait son entreprise formatrice si l'économie ne disposait pas de normes 	□	Capacité de transfert Communiquer sa propre échelle de valeurs	Gérer les sources d'information	C 4
Différences entre les prescriptions et les normes E	1.13.2.2 A l'aide d'un tableau, je montre quelles sont les différences dans le monde de l'économie entre les prescriptions étatiques et les normes.	Prescriptions: - étatiques, nationales - obligatoire - Suisse, UE Normes: - industrielles, commerciales - volontaires - branches, IEC, ISO (Texte connaissance branche: "La normalisation")		□	Capacité de communication Capacité de transfert	Techniques de présentation	C 2

1. Branche et entreprise

1.13 Conditions légales

Idée directrice

Le commerce est exposé à la fois aux exigences économiques et aux réglementations et lois fixées par l'Etat. Afin de pouvoir prendre les décisions correctes et conformes aux lois, les commerçants doivent connaître les prescriptions qui concernent les activités commerciales.

1.13.3 Objectif général

Les commerçants sont toujours disposés à vérifier l'impact des différentes lois sur le commerce et les entreprises commerciales.

	Objectifs détaillés	Conseils	Critères partiels pour les STA	Objectif atteint	Favorise l'acquisition de compétences sociales	Favorise l'acquisition de compétences méthodologiques	Taxonomie
Mise en œuvre des lois et des prescriptions E/B	1.13.3.1 A l'aide de plusieurs exemples issus de mon entreprise formatrice, je peux expliquer comment les principales lois et prescriptions sont mises en œuvre grâce à des règles et des directives internes.	(Texte connaissance branche: "Prescriptions étatiques").	<ul style="list-style-type: none"> attribue les bonnes règles internes à l'entreprise aux prescriptions étatiques pour chacun des exemples, explique correctement les liens respectifs explique de manière compréhensible comment les prescriptions étatique sont mises en œuvre grâce aux règles internes à l'entreprise 	<input type="checkbox"/>	Capacité de communication Capacité de transfert	Gérer les sources d'information	C 3
Protection des consommateurs E	1.13.3.2 Sur la base d'informations récoltées dans les journaux et dépouillées sans aucune aide extérieure, je peux expliquer à une collègue les buts d'une organisation de consommateurs de mon choix.	Je m'informe auprès de mon entreprise formatrice pour savoir s'il existe des contacts ou des litiges avec des organisations de consommateurs. J'ai l'avantage à choisir l'une de ces organisation (Texte connaissance branche: "Prescriptions étatiques").	<ul style="list-style-type: none"> récolte des articles de journaux qui contiennent des informations utiles dépouille les informations de manière autonome et les résume Explique à un collègue de manière compréhensible les buts de l'organisation de consommateurs choisie 	<input type="checkbox"/>	Capacité de communication Capacité de transfert	Gérer les sources d'information Techniques de présentation	C 4
Réglementation des heures de fermeture des magasins E	1.13.3.3 Je dresse un tableau dans lequel je présente les avantages et les inconvénients des horaires d'ouverture plus longs ou plus courts selon les points de vue des clients, des entreprises, des employés et de l'Etat. Je présente ce résumé oralement à mon formateur.	Sources d'informations: - instances de l'Etat - (association des) employeurs - (syndicats des) employés - organisations de consommateurs (Texte connaissance branche: "Prescriptions étatiques").	<ul style="list-style-type: none"> dresse un tableau clair comportant tous les groupes d'intérêt concernés cite deux avantages et deux inconvénients pour chaque groupe d'intérêt présente brièvement et de manière intelligible les informations au formateur 	<input type="checkbox"/>	Capacité de communication Capacité de transfert	Gérer les sources d'information Techniques de présentation	C 3

<p>Loi sur la responsabilité du fait du produit</p> <p>E</p>	<p>1.13.3.4 J'explique à mon responsable de formation les points essentiels de la loi suisse sur la responsabilité du fait du produit. Je lui montre de manière compréhensible sur quels points, selon moi, mon entreprise formatrice pourrait risquer d'entrer en conflit avec la loi et quelles mesures on devrait engager pour l'éviter</p>	<p>Loi sur la responsabilité du fait du produit: - responsabilité du fabricant / commerçant - utilisation privée - dommages consécutifs - franchise - chaîne de responsabilités</p> <p>(Texte connaissance branche: "Prescriptions étatiques").</p>	<ul style="list-style-type: none"> • cite les points essentiels de la loi • Montre de manière simple et compréhensible, où l'entreprise pourrait risquer d'entrer en conflit avec la loi • Montre comment l'entreprise peut concrètement se protéger contre les plaintes 	<input type="checkbox"/>	<p>Capacité de communication</p> <p>Capacité de transfert</p>	<p>Gérer les sources d'information</p>	<p>C 5</p>
<p>Concurrence déloyale</p> <p>E</p>	<p>1.13.3.5 A l'aide d'un exemple issu de mon entreprise formatrice, j'explique à un profane dans un bref exposé la notion de "concurrence déloyale".</p>	<p>Concurrence déloyale: - fair-play - arbitraire et bonne foi - pas de fraude - pas d'attrape-nigaud</p> <p>(Texte connaissance branche: "Prescriptions étatiques")</p>	<ul style="list-style-type: none"> • l'exposé est court et structuré de manière simple • explique les caractéristiques essentielles de manière compréhensible avec ses propres mots • choisit un exemple adéquat de son entreprise formatrice pour bien compléter ses explications. 	<input type="checkbox"/>	<p>Capacité de communication</p> <p>Capacité de transfert</p>	<p>Techniques de présentation</p>	<p>C 2</p>
<p>Importations parallèles</p> <p>E</p>	<p>1.13.3.6 Je peux évaluer de manière autonome les avantages et les inconvénients des importations parallèles pour le commerce suisse.</p> <p>Pour ce faire, je dresse un tableau où, sur la base d'un exemple de mon entreprise formatrice, je démontre quelles sont les conséquences positives et les conséquences négatives en cas d'augmentation des importations parallèles.</p> <p>Sur la base de ce tableau et de mes évaluations personnelles, je me forge une opinion et la défends dans le cadre d'une discussion.</p>	<p>Mots-clés: - circuit de vente officiel - circuit de vente non officiel - concurrence accrue - disparition des branches</p> <p>(Texte connaissance branche: "Le commerce international")</p>	<ul style="list-style-type: none"> • dresse un tableau parlant avec les avantages et les inconvénients des importations parallèles pour le commerce suisse • démontre quels sont les avantages et les inconvénients dans le cas de son entreprise • défend son avis de manière engagée sur la base de son évaluation personnelle et des informations récoltées 	<input type="checkbox"/>	<p>Capacité de communication</p> <p>Saine confiance en soi</p>	<p>Gérer les sources d'information</p> <p>Techniques de présentation</p>	<p>C 6</p>