



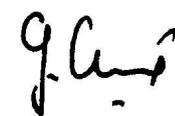
**DOCUMENT DE LIAISON ENTRE
LE CENTRE DE FORMATION D'APPRENTIS
ET LES ENTREPRISES**

CAHIER DES CHARGES DE LA FORMATION

**Brevet de Technicien Supérieur
Management des Unités Commerciales**

JUIN 2005

Le Recteur de l'Académie


Gérald CHAIX

Le Président de la
Chambre Régionale de
Commerce et d'Industrie d'Alsace


Jean Pierre LAVIELLE

SOMMAIRE

1. Descriptif du métier	<i>pages</i>	<i>1 - 2</i>
2. Règlement d'examen	<i>page</i>	<i>3</i>
3. Fiche d'identité	<i>page</i>	<i>4</i>
4. Document de Liaison		
- Mise en œuvre et mode d'emploi.....	<i>pages</i>	<i>5 - 6 - 7</i>
5. La Formation		
- Rôles respectifs du CFA et de l'entreprise.....	<i>page</i>	<i>8</i>
- Progression en entreprise.....	<i>pages</i>	<i>9 – 11 – 13 - 15</i>
- Progression au CFA.....	<i>pages</i>	<i>10 – 12 – 14 - 16</i>
6. Observations	<i>pages</i>	<i>17 - 18</i>
7. Elaboration du document		
- Liste des participants.....	<i>page</i>	<i>20</i>

Le métier de **Manager des Unités Commerciales**

Manager l'unité commerciale

- Recruter et former les collaborateurs
- Animer et motiver l'équipe
- Gérer les conflits
- Gérer le temps
- Evaluer les performances
- Définir les objectifs
- Prévoir les résultats
- Gérer les équipements
- Concevoir et réaliser des actions commerciales

Gérer la relation clientèle

- Etablir un terrain propice à la vente
- Accueillir la clientèle
- Déterminer les besoins de la clientèle
- Conseiller
- Argumenter
- Développer la clientèle
- Fidéliser
- Suivre la qualité des prestations
- Générer du trafic

Gérer l'offre de produits et de service

- Aménager l'unité commerciale
- Elaborer l'offre de produits et de services
- Exploiter les informations sur le marché
- Adapter et faire évoluer l'offre
- Gérer les approvisionnements
- Contrôler la qualité
- Gérer les relations avec les partenaires économiques
- Animer l'offre
- Aménager l'unité commerciale

RECHERCHER ET EXPLOITER L'INFORMATION UTILE

- TROUVER L'INFORMATION
- L'ORGANISER ET LA TRAITER

MANAGEUR DES UNITES COMMERCIALES

Descriptif métier et aptitudes requises

Types d'entreprises, de biens, de clientèle.

Le titulaire du *BTS Management des unités commerciales* exerce son activité essentiellement dans :

- des entreprises de distribution des secteurs alimentaires ou spécialisés,
- des unités commerciales d'entreprises de production,
- des entreprises de commerce électronique,
- des entreprises de prestation de services : assurance, banque, immobilier, location, communication, transport,

Ces entreprises s'adressent aussi bien à une clientèle de particuliers (grand public) que de professionnels (entreprises, administrations, professions libérales, artisans, ...).

Type de métiers.

Les métiers visés sont diversifiés et ont des statuts hétérogènes.

Le titulaire du *BTS Management des unités commerciales* remplit ses missions en fonction du contexte, de ses compétences et des opportunités, à différents niveaux de responsabilité :

Niveau assistant

- DISTRIBUTION : second de rayon, assistant chef de rayon, directeur- adjoint de magasin, marchandiseur, vendeur-conseil...
- COMMERCE ELECTRONIQUE : télévendeur, télé-conseiller...
- SERVICE : chargé de clientèle, conseiller commercial, délégué commercial, vendeur-conseil...
- SERVICE COMMERCIAL DANS UNE ENTREPRISE DE PRODUCTION : animateur de ventes chargé d'accueil, de clientèle, conseiller commercial, délégué commercial, chargé de l'administration commerciale...

Niveau responsable

- DISTRIBUTION : manager de rayon, responsable de rayon, directeur de magasin, responsable de site...
 - COMMERCE ELECTRONIQUE : superviseur, responsable de site...
 - SERVICE : responsable commercial, responsable clientèle, chef des ventes, responsable d'agence, chef d'agence commerciale, chef de secteur, responsable d'un centre de profit...
 - SERVICE COMMERCIAL DANS UNE ENTREPRISE DE PRODUCTION : administrateur des ventes, chef de caisse, responsable logistique, chef de groupe, chef de marché, chef des ventes, chef de flux, superviseur, responsable de clientèle,
-

Aptitudes requises.

Les activités du Manager des unités commerciales exigent :

- Une bonne maîtrise des techniques d'organisation, de gestion et d'animation commerciale.
 - Des compétences en communication dans son activité courante ou dans la gestion de projets.
 - Il met en œuvre en permanence les technologies de l'information et de la communication.
 - Son environnement professionnel exige le respect de la législation, des règles d'éthique et de déontologie.
-

Délimitation des domaines d'activité

Le titulaire du *BTS Management des unités commerciales* intervient dans les fonctions suivantes :

- management de l'unité commerciale
- gestion de la relation avec la clientèle
- gestion et animation de l'offre de produits et de services
- recherche et exploitation de l'information nécessaire à l'activité commerciale.

REGLEMENT D'EXAMEN

BTS MANAGEMENT DES UNITES COMMERCIALES					
Intitulé et coefficients des épreuves et unités			Voie scolaire, apprentissage, formation professionnelle continue dans les établissements publics et privés, enseignement à distance et candidats justifiant de 3 ans d'expérience professionnelle		Formation professionnelle continue dans des établissements publics habilités
Epreuves	Unités	Coef.	Forme ponctuelle	Durée	
E.1- Français	U.1	3	écrit	4 h	4 situations d'évaluation
E.2- Langue vivante étrangère 1*	U.2	3	écrit oral	2 h 20mn + 20 mn ⁽¹⁾	4 situations d'évaluation
E.3- Economie et droit	U.3	3	écrit	4 h	3 situations d'évaluation
E.4- Management et gestion des unités commerciales	U.4	4	écrite	5h	
E.5- Analyse et conduite de la relation commerciale	U.5	4	orale	45mn + 45mn ⁽¹⁾	3 situations d'évaluation
E.6- Projet de développement d'une unité commerciale	U.6	4	orale	40 mn	2 situations d'évaluation

EPREUVE FACULTATIVE

E.F- Langue vivante étrangère 2*	U.F	1	orale	20 mn ⁽¹⁾	ponctuelle orale
----------------------------------	-----	---	-------	----------------------	------------------

⁽¹⁾ Epreuve précédée d'un temps égal de préparation

* La langue vivante choisie au titre de l'épreuve facultative est obligatoirement différente de celle choisie au titre de l'épreuve obligatoire.

L'ENTREPRISE

Dénomination :
Secteur d'activité :
Adresse :
.....
Tél. : Fax :
e-mail :
Chef d'entreprise :
Statut :
Maître d'apprentissage :
Fonction :

L'APPRENTI(E)

Nom : Prénom :
Adresse :
.....
Tél. : e-mail :

LE CENTRE DE FORMATION D'APPRENTIS

Désignation :
Adresse :
.....
Tél. : Fax :
e-mail :
Directeur :
Responsable pédagogique :
Chargé des relations assurant le suivi
- année scolaire : ____ / ____ :
- année scolaire : ____ / ____ :
Professeur assurant le suivi des activités professionnelles
- année scolaire : ____ / ____ :
- année scolaire : ____ / ____ :

LE CONTRAT

Date de début : Date de fin :

Contact Strasbourg	Contact Colmar	Contact Mulhouse
Monsieur Philippe Anderhalt Inspecteur de l'apprentissage CCI DU BAS-RHIN POLE FORMATION/POINT A 234, avenue de Colmar – BP 267 67021 STRASBOURG CEDEX 1 Tél. : 03.88.43.08.66 Fax : 03.88.43.08.55 e-mail : p.anderhalt@strasbourg.cci.fr	Monsieur Yves Bavau Inspecteur de l'apprentissage CCI de Colmar et du Centre Alsace Service Assistance Formation Apprentissage Emploi 1 place de la Gare – BP 7 68001 COLMAR CEDEX Tél. : 03.89.20.20.81 Fax : 03.89.20.21.30 e-mail : y.bavau@colmar.cci.fr	Monsieur Jean Marc Schumacher Inspecteur de l'apprentissage CCI Sud Alsace Mulhouse POINT A 8 rue du 17 Novembre – BP 1088 68051 MULHOUSE CEDEX Tél. : 03.89.66.71.26 Fax : 03.89.66.78.00 e-mail jm.schumacher@mulhouse.cci.fr

LE DOCUMENT DE LIAISON

Observations Générales

- Outil de base de la formation professionnelle par apprentissage, le document de liaison répartit et articule les responsabilités de formation entre l'entreprise et le CFA.

Fruit d'un travail d'équipe de professionnels, de conseillers de l'enseignement technologique, de responsables pédagogiques et d'enseignants au niveau académique, le présent document est élaboré à partir de l'observation du vécu du métier en entreprise. Les tâches recensées sont les supports des compétences et des savoirs technologiques associés, mentionnés dans le référentiel du BTS Management des Unités Commerciales.

- Les contenus de formation se répartissent sur 4 semestres. Le document s'articule autour de 3 domaines d'activité.
- Il s'agit d'un outil évolutif. Des modifications ou réajustements pourront se faire après bilan de l'utilisation de ce document.
- La concertation entre le CFA et l'entreprise est nécessaire pour améliorer la qualité et l'efficacité de la formation et établir une bonne communication entre les partenaires qui encadrent les apprentis.

L'essentiel de la formation professionnelle des apprentis a lieu en entreprise, le CFA intervient en complément de celle-ci.

Le document de liaison est un véritable cahier des charges de la formation et en aucun cas un document d'évaluation.

LE DOCUMENT DE LIAISON

Mise en œuvre

Le document de liaison est présenté et explicité aux Maîtres d'apprentissage :

- par l'inspecteur de l'apprentissage lors de la déclaration en vue de l'accueil d'apprentis
- lors de la formation pédagogique du maître d'apprentissage
- par le CFA au début de la formation de l'apprenti et lors de la visite en entreprise
- par l'inspecteur de l'apprentissage lors de sa visite en entreprise

Le document de liaison permet d'organiser la progression des enseignements professionnels tout au long de la formation. Il est l'outil de référence qui permet :

- Au maître d'apprentissage :
 - de choisir et confier à l'apprenti des tâches appropriées en fonction des capacités à atteindre
 - de mieux connaître le contenu et la progression de la formation professionnelle
 - de positionner l'apprenti tout au long de sa formation
- A l'équipe pédagogique du CFA :
 - d'organiser sa progression en tenant compte du vécu en entreprise
 - d'élaborer des outils d'accompagnement (grille d'évaluation, fiches bilans,...)
- A l'apprenti :
 - d'avoir un aperçu global de sa formation professionnelle
 - de comprendre la complémentarité du CFA et de l'entreprise
 - de jouer un rôle actif dans sa formation et d'être plus responsable
 - d'évaluer ses progrès

En complément du document de liaison, des outils pédagogiques peuvent être réalisés par les enseignants du CFA, notamment :

- des fiches navettes CFA / Entreprises servant à guider la recherche de l'apprenti et permettant à l'enseignant de CFA de suivre et d'exploiter le vécu de l'apprenti en entreprise
- des grilles d'évaluation ou fiches bilans permettant
 - aux deux partenaires de la formation de positionner l'apprenti de façon régulière et concertée en fonction des objectifs à atteindre
 - à l'apprenti d'être informé de l'avancement de sa formation

Ce document est un outil de concertation dynamique servant de référence constante aux formateurs de l'entreprise et du CFA pour assurer à l'apprenti une formation complète, méthodique et de qualité.

LA FORMATION

- L'essentiel de la formation des apprentis est assuré en entreprise. Le CFA intervient en complément de l'action du maître d'apprentissage.
- C'est par l'exercice des activités menées en entreprise que l'apprenti va acquérir les compétences nécessaires.
- Les enseignements théoriques dispensés au CFA permettent de mieux comprendre et réaliser le travail en entreprise.

LE CONTEXTE PROFESSIONNEL

L'implication forte de l'apprenti dans son contexte professionnel est un facteur déterminant de réussite professionnelle et d'obtention du diplôme.

Il s'attachera tout particulièrement à l'identification et à l'approche de son contexte de travail :

- secteur-domaine d'activités et positionnement de l'entreprise
- statut juridique de l'entreprise
- structure de l'entreprise (organigramme)
- rayonnement, culture, image
- environnement externe : les partenaires financiers, commerciaux
- respect du contexte réglementaire de l'activité.

Domaine 1 : Management et gestion de l'unité commerciale

LA FORMATION : Progression en Entreprise

TACHES – ACTIVITES : Rendre l'apprenti capable de...	(a)	SEMESTRE (b)			
		1	2	3	4
PARTICIPER AU MANAGEMENT D'UNE EQUIPE COMMERCIALE					
1- Constituer une équipe commerciale motivée	3				
- Déterminer les besoins en ressources humaines de l'unité commerciale.....					
- Appréhender et appliquer la procédure de recrutement de l'entreprise					
- Etablir les besoins en formation de l'équipe					
- Organiser et mettre en place des formations					
- Mettre en œuvre des formations					
- Evaluer des formations, le cas échéant.....					
- Observer et analyser les outils de mise en œuvre des techniques de motivation et de stimulation de l'équipe commerciale.....					
- Evaluer des performances.....					
- Proposer des améliorations et des actions correctrices de l'activité courante	3				
2- Organiser le travail de l'équipe commerciale					
- Répartir les tâches et gérer le temps					
- Animer l'équipe en utilisant les indicateurs d'activités existants					
- Participer, organiser et rendre compte des réunions					
- Analyser l'organisation de l'activité de l'équipe commerciale					
- Proposer des améliorations et des actions correctrices de l'activité courante					
PARTICIPER A LA GESTION DE L'UNITE COMMERCIALE	2				
1- Gestion courante de l'unité commerciale					
- Suivre le cycle d'exploitation : participer à la fixation des objectifs et analyser les écarts à partir d'objectifs et de budgets préalablement établis					
- Participer à l'organisation de la maintenance, de l'entretien et du renouvellement des équipements					
- Appliquer les procédures en usage dans l'entreprise et le cas échéant participer au traitement des incidents survenus dans la gestion de l'unité commerciale	4				
2-Gestion prévisionnelle de l'unité commerciale					
- Analyser les performances*					
- Elaborer des prévisions des ventes*					
- Participer à l'élaboration des objectifs commerciaux et financiers					
- Elaborer un budget de trésorerie.....					
<i>* Moyens et ressources</i>					
- Les études de zone de chalandise					
- Les tableaux de bord commerciaux, les statistiques des ventes, les méthodes de prévisions					
- Les logiciels					
3- Piloter des projets de management d'équipe commerciale	4				
- Concevoir le projet					
- Conduire le projet					
- Evaluer le projet					

- (a) L'apprenti a été formé en entreprise, il doit être capable d'effectuer un travail en toute autonomie à la fin du semestre indiqué
 (b) - Quand l'apprenti a été initié au travail, mettre un "I" dans la colonne "semestre" correspondante
 - Quand l'apprenti est capable de réaliser le travail accompagné, mettre "C" dans la colonne "semestre" correspondante
 - Quand l'apprenti est capable d'effectuer le travail en autonomie, mettre "A" dans la colonne "semestre" correspondante

LA FORMATION AU CFA

Outils – Savoirs Associés	(c)	SEMESTRE (d)			
		1	2	3	4
1- Notion et modèles d'organisation.	1				
- L'individu dans l'organisation.....					
2- Les missions et outils du manager	1				
3- Le management de l'équipe de l'unité commerciale	2				
- La constitution et l'évolution de l'équipe commerciale.....					
- La valorisation du potentiel de l'équipe commerciale					
- La rémunération de l'équipe commerciale.....					
4- La communication dans la relation interpersonnelle	2				
- Les acteurs de la communication et leurs relations					
- L'efficacité relationnelle					
- La communication professionnelle : règles et outils.....					
5- La communication dans la relation managériale	2				
- Les spécificités de la communication managériale					
- La communication et le management de projet.....					
6 - L'information commerciale, ressource stratégique	1				
- Les différents types d'information commerciale et la qualité					
- L'accès et l'organisation des informations.....					
7- L'organisation et l'animation de l'équipe	3				
8- Le travail collaboratif :	3				
9- Le management de projet	4				
10- Gestion des investissements	4				
11- Gestion courante de l'unité commerciale	3				
- Le cycle d'exploitation.....					
- Les opérations de règlement et les relations avec les banques.....					
- La trésorerie et l'analyse de l'exploitation.....					
12- Informatique appliquée à la gestion de l'unité commerciale :	3				
13- La gestion prévisionnelle	4				
- Les budgets, méthodes de prévision.....					

(c) L'utilisation des outils et les connaissances seront abordés au cours du semestre indiqué

(d) Lorsque les savoirs technologiques et connaissances ont été abordés au C.F.A., mettre une croix "X" dans la colonne correspondante

Domaine 2 : Gestion de la Relation avec la Clientèle

LA FORMATION : Progression en Entreprise

TACHES – ACTIVITES : Rendre l'apprenti capable de...	(a)	SEMESTRE (b)			
		1	2	3	4
1- Vendre : <ul style="list-style-type: none"> • Préparer l'entretien de vente : <ul style="list-style-type: none"> - Connaissance du marché - Connaissance de l'offre de produits et de services - Connaissance du client - Préparation des supports - Fixation des objectifs • Etablir le contact avec le client : <ul style="list-style-type: none"> - Accueil du client - Découverte du client (besoins/motivations) - Argumenter et proposer une solution adaptée au client - Conclure la vente 	1				
2- Assurer la qualité de service à la clientèle : <ul style="list-style-type: none"> - Accueillir, informer, conseiller en amont et en aval de la vente - Adopter un comportement d'écoute favorisant la satisfaction du client - Prendre en compte les insatisfactions et/ou les suggestions de la clientèle et les traiter - Suivre et évaluer la qualité des prestations proposées 	2				
3- Développer et fidéliser la clientèle : <ul style="list-style-type: none"> - Participer aux opérations coordonnées par le siège, l'établissement ou l'enseigne - Concevoir et mettre en oeuvre des actions locales - Mener des opérations de fidélisation - Evaluer et analyser les effets des actions 	3				
4- Piloter des projets d'action commerciale <ul style="list-style-type: none"> - Concevoir le projet - Conduire le projet - Evaluer le projet 	4				

- (a) L'apprenti a été formé en entreprise, il doit être capable d'effectuer un travail en toute autonomie à la fin du semestre indiqué
 (b) - quand l'apprenti a été initié au travail, mettre un "I" dans la colonne "semestre" correspondante
 - quand l'apprenti est capable de réaliser le travail accompagné, mettre "C" dans la colonne "semestre" correspondante
 - quand l'apprenti est capable d'effectuer le travail en autonomie, mettre "A" dans la colonne "semestre" correspondante

LA FORMATION AU CFA

Outils – Savoirs Associés	(c)	SEMESTRE (d)			
		1	2	3	4
1- La démarche mercatique <ul style="list-style-type: none"> • Le marché des produits et des services - La marque, l’emballage, le conditionnement et la stylique..... - La qualité des produits et des services - Le marché : environnement, offre et demande..... - Le prix et les conditions commerciales 	1				
2- La relation commerciale et son contexte <ul style="list-style-type: none"> • Les formes d’unités commerciales physiques et/ou virtuelles et les méthodes de vente - La clientèle de l’UC - La concurrence..... - Les partenaires institutionnels..... • La relation commerciale et la mercatique opérationnelle de l’UC - La vente, la négociation et la relation de service - La gestion de l’offre..... - Le prix et les conditions commerciales - La mercatique après-vente 	1				
3- Management de projet	4				
4- Communication <ul style="list-style-type: none"> - La communication dans la relation interpersonnelle..... - La communication dans la relation managériale - La communication dans la relation commerciale 	2				
5- Informatique commerciale	2				
<p><i>MOYENS ET RESSOURCES</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - données sur les clients, les produits, les services (études, documents commerciaux, plaquettes...) - données sur la concurrence - supports d’aide à la vente : plan de découverte, argumentaires, tableaux de traitement des objections, scripts et guides d’entretien, fichiers.... - tarifs des services, conditions générales de vente, barèmes de crédit... - réglementation technique, juridique et fiscale - méthodes, procédures, chartes qualité spécifiques au groupe et à l’UC - plan d’action commerciale - outils informatiques et moyens de communication - logiciels de bases de données, de GRC, tableur, agenda électronique, messagerie... 					

(c) L'utilisation des outils et les connaissances seront abordés au cours du semestre indiqué

(e) Lorsque les savoirs technologiques et connaissances ont été abordés au C.F.A., mettre une croix "X" dans la colonne correspondante

Domaine 3 : Gestion et Animation de l'Offre de Produits et de Services

LA FORMATION : Progression en Entreprise

TACHES – ACTIVITES : Rendre l'apprenti capable de...	(a)	SEMESTRE (b)			
		1	2	3	4
1- Participer à l'élaboration de l'offre de produits et de services	3				
<ul style="list-style-type: none"> • Exploiter des informations sur l'offre de produits et services - Utiliser les documents internes de l'entreprise (fiches produits et services, catalogues, tarifs, barèmes) - Maîtriser les conditions générales et particulières de vente de l'entreprise - Utiliser les outils d'information et de communication pour faire des offres 	3				
<ul style="list-style-type: none"> • Exploiter les informations sur le marché potentiel : - Analyser la composition de la clientèle et de la concurrence - Identifier le profil, les attentes, les critères de choix du client et les hiérarchiser 	3				
<ul style="list-style-type: none"> • Evaluer les performances commerciales : - Etablir des diagnostics commerciaux : évaluer le positionnement du produit, les parts de marché,... - Assurer le reporting : remontée des informations du marché vers l'entreprise 	3				
<ul style="list-style-type: none"> • Formuler des propositions d'adaptation et d'évolution d'une offre : - Adapter l'offre à l'évolution du marché et de son environnement 	2				
2- Mettre à disposition l'offre de produits					
<ul style="list-style-type: none"> • Gérer les approvisionnements - Connaître et utiliser la procédure d'achat propre à l'UC (politique d'achat, budget, sélection des fournisseurs, négociation, passation de commandes, suivi) - Identifier et utiliser les outils de gestion de stock (rotation, coût de possession, coût de passation, valorisation) - Utiliser un programme d'approvisionnement ou un planning ou un cadencier 	2				
<ul style="list-style-type: none"> • Gérer les relations avec les acteurs de la chaîne logistique - Utiliser les outils E.D.I. pour le lancement, le suivi, la planification et l'automatisation des commandes 	2				
<ul style="list-style-type: none"> • Contrôler la qualité des produits et des services - Recueillir les informations auprès des clients, les analyser, les transmettre aux services concernés - Développer et utiliser des outils d'analyse (enquête, baromètre de satisfaction, service consommateur, cartes de fidélité, centre d'appels) - Mesurer et analyser les retours des informations et proposer des mesures correctives 	2				

(a) L'apprenti a été formé en entreprise, il doit être capable d'effectuer un travail en toute autonomie à la fin du semestre indiqué

(b) Quand l'apprenti a été initié au travail, mettre un "I" dans la colonne "semestre" correspondante

Quand l'apprenti est capable de réaliser le travail accompagné, mettre "C" dans la colonne "semestre" correspondante

Quand l'apprenti est capable d'effectuer le travail en autonomie, mettre "A" dans la colonne "semestre" correspondante

LA FORMATION AU CFA

Outils – Savoirs Associés	(c)	SEMESTRE (d)			
		1	2	3	4
1 - La démarche mercatique	1				
2 - Les études et enquêtes	2				
- Méthodologie de l'enquête					
- Utilisation des logiciels de traitement d'enquêtes					
3 - Les coûts dans l'unité commerciale	2				
- Notions de charges et de coûts					
- Typologies des coûts					
- Structure de coûts					
4 - La fixation des prix	2				
- Taux de marge, taux de marque					
- Méthodes de fixation des prix (offre, demande, concurrence, coefficients multiplicateurs)					
- Devis, tarifs					
5 - La relation commerciale et son contexte	1				
- L'aménagement du point de vente					
- La réglementation					
6 - Evaluation des performances	3				
- Chiffres d'affaires et marges					
- Seuil de rentabilité et point mort					
7 - Gestion des risques	4				
- Typologie des risques					
- Modalités de couverture des risques					
- Estimation du risque et du coût de sa couverture					
- Automatisation des séquences de calculs : tableur, base de données, graphes, logiciels spécifiques (gestion commerciale, suivi de trésorerie, ...)					
8 - Les réseaux d'unités commerciales	4				
- Le réseau d'unités commerciales					
- Les types de réseaux					
- L'organisation des réseaux d'unités commerciales : composantes et acteurs-les relations entre producteurs et distributeurs					
9- La stratégie mercatique des réseaux d'unités commerciales	4				
- La stratégie de développement du réseau					
- La stratégie d'offre et de positionnement : le portefeuille de produits ou de services					
- La stratégie de marque,					
- La stratégie de prix					
- La stratégie de communication					
- La stratégie d'achat et de logistique					

(c) L'utilisation des produits et les connaissances seront abordés au cours du semestre indiqué

(d) Lorsque les savoirs technologiques et connaissances ont été abordés au C.F.A., mettre une croix "X" dans la colonne correspondante

LA FORMATION AU CFA					
Outils – Savoirs Associés (suite)	(c)	SEMESTRE (d)			
		1	2	3	4
9- Informatique appliquée à la gestion de l'offre : <ul style="list-style-type: none"> • La définition de l'offre - Partage des informations avec les fournisseurs (ECR) - Prévision et simulation à partir de logiciels standards - Fonctions des logiciels de gestion de projet <ul style="list-style-type: none"> • La gestion des approvisionnements - Fonctions des applicatifs de la chaîne logistique (supply chain), des approvisionnements,(e-procurement),..... <ul style="list-style-type: none"> • La mise en place de l'offre dans l'unité commerciale - Recherche de l'optimisation des surfaces - Fonctions des logiciels de marchandisage - Fonctions des logiciels de géomarketing 	3				
<ul style="list-style-type: none"> • La gestion des approvisionnements - Fonctions des applicatifs de la chaîne logistique (supply chain), des approvisionnements,(e-procurement),..... 	2				
<ul style="list-style-type: none"> • La mise en place de l'offre dans l'unité commerciale - Recherche de l'optimisation des surfaces - Fonctions des logiciels de marchandisage - Fonctions des logiciels de géomarketing 	2				
10- Communication <ul style="list-style-type: none"> - La communication dans la relation interpersonnelle..... - La communication dans la relation managériale - La communication dans la relation commerciale..... 	2				
11- Management de projet <div style="border: 1px dashed gray; padding: 10px; margin: 10px 0;"> <p style="text-align: center;"><i>Assurer la veille commerciale</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - mise en place un système de consultation et d'archivage des informations - utilisation des ressources technologiques disponibles en entreprise - adaptation et mise en forme des informations en fonction des destinataires - recherche et exploitation de l'information commerciale pour la décision - participation à l'amélioration et à l'enrichissement du système d'information - participation à la sécurité du système </div>	4				

(c) L'utilisation des outils et les connaissances seront abordés au cours du semestre indiqué

(d) Lorsque les savoirs technologiques et connaissances ont été abordés au C.F.A., mettre une croix "X" dans la colonne correspondante.

OBSERVATIONS
du maître d'apprentissage
du C.F.A.
de l'apprenti(e)

SEMESTRE 1

SEMESTRE 2

OBSERVATIONS
du maître d'apprentissage
du C.F.A.
de l'apprenti(e)

SEMESTRE 3

SEMESTRE 4

ELABORATION DU DOCUMENT DE LIAISON

LISTE DES PARTICIPANTS

CFA de l'I.F.A.

- Monsieur Daniel HECKEL
- Madame Pascale HOERNER
- Monsieur Mohammed ES SAADI

CFA Sud-Alsace

- Madame Chantal MERCIER
- Monsieur Fred MULLER

CFA André Siegfried

- Madame Lydie HAMEL
- Monsieur Thierry MALAISE
- Madame Marlène WIEDENHOFF

Rectorat de Strasbourg

- Monsieur Christian GOUTTEFARDE
- Madame Janine LUTZWEILLER

CCI d'Alsace

- Monsieur Philippe ANDERHALT CCI Strasbourg
- Monsieur Yves BAVAU CCI Colmar

Professionnels

- Monsieur GABRIELLE Entreprise CHANTEMUR
- Monsieur HELBERT Entreprise ID'EMPLOI
- Monsieur HENNION Entreprise GUILLET
- Monsieur KOCHERT Entreprise APRA – NORM
- Monsieur MORIO Entreprise HEBECO
- Monsieur STRAUB Entreprise ALBRECHT STRAUB SARL