Royaume du Maroc

Ministère de l'Education Nationale
de la Formation Professionnelle
de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique

Document Officiel

سلك البكالوريا المهنية

مسلك : التجارة

مرجع التكوين

CYCLE DE BACCALAUREAT PROFESSIONNEL

FILIERE : COMMERCE

REFERENTIEL DE FORMATION

Version : Septembre 2019

SOMMAIRE

Introduction générale 3

Préambule 5

Référentiel métier 6

I. Définition du diplôme 7

A. Appellation du diplôme 7

B. Présentation du métier 7

II. Description des principales activités et taches professionnelles 11

A. Principales activités et taches professionnelles 11

B. Conditions d'exercice des taches et résultats attendus 12

Référentiel des compétences et des savoirs 21

I. Compétences 22

A. Répertoire des Compétences 22

B. Opérationnalisation des compétences 23

II. Savoirs professionnels 48

A. Liste des modules 49

B. Niveaux taxonomiques 69

C. Savoirs et niveaux de maitrise 70

III. Savoirs généraux 75

Organisation pédagogique 154

I. Considérations générales 155

II. Répartition des horaires hebdomadaires des Disciplines de l'enseignement général 156

III. Répartition des modules des enseignements professionnels 156

IV. Horaire hebdomadaire globale 156

V. Orientations pédagogiques 157

Evaluation 161

I. Déterminants de l'évaluation 162

II. Modalités d'évaluation 162

Lexique 164

Annexes 167

Introduction générale

La mise en place par le Ministère en charge de l'Education et de la Formation, du Baccalauréat Professionnelle « Bac Pro », s'inscrit dans le contexte suivant :

◊ ***A l'échelle mondiale***, les dernières décennies sont marquées par le passage :

- d'une économie basée essentiellement sur **le capital matériel et** le **travail** comme facteurs de production et richesse d'une nation
- à une étape **postindustrielle** dont le **capital humain** et son savoir-faire, « **capital immatériel** » fait partie de la richesse et où la matière première clé qui assure un avantage compétitif aux personnes, institutions et lieux géographiques qui la détiennent, ne se situe plus exclusivement dans le matériel (matières premières et sources naturelles, …) mais dans l'immatériel et notamment **l'information, le savoir-faire et le social…**

En corrélation avec cette évolution, l'accès aux savoirs est passé du stade d'indisponibilité ou de difficulté d'accès, à un stade caractérisé plutôt par une **surabondance, un foisonnement de sources** et un renouvellement quasi continu de ces savoirs **: « une nouvelle ère est bel et bien engagée dans laquelle les sociétés qui maitrisent le savoir joueront les premiers rôles».**

Les barrières commerciales, les zones de **libre-échange**, le développement du **commerce numérique**, les multinationales, le phénomène de **délocalisation vers des zones géographiques à avantages compétitifs**, la **mobilité des compétences** …sont autant de nouvelles réalités où les entreprises se trouvent exposées à une concurrence universellement ouverte.

◊ ***A l'échelle nationale***, le Maroc, conscient de ces enjeux et défis, et en interaction avec le reste du monde, a opéré des choix en matière de politiques et **orientations économiques.** En effet**,** des secteurs prometteurs, en rapport avec les nouveaux métiers mondiaux du Maroc, comme **l'aéronautique, l'industrie automobile, l'électronique** et les **énergies renouvelables,** ont été intégrés aux secteurs classiques de l'agricole et la pêche maritime, du tourisme, du textile, de l'artisanat etc…

L'**entreprise et la société marocaine** ont plus que jamais besoin de nouvelles compétences, et d'un **autre niveau de qualification** pour assurer leur survie. Nombreux rapports et études s'entendent sur le type de compétences à développer pour les prochaines décennies **« Compétences du 21ème siècle ».** La communication, l'esprit d'initiative et l'entreprenariat, l'intelligence collective, les TIC figurent parmi les compétences requises.

C'est dans ce contexte que le Bac Pro a été lancé en 2014-2015. Autrement dit, c'est une **troisième voie professionnelle** qui est ouverte en parallèle aux deux autres, générale et technologique.

Ce nouveau baccalauréat permettra **la diversification de l'offre au niveau du secondaire qualifiant** , **satisfaire les demandes d'une bonne partie des collégiens**, qui souhaitent poursuivre des études professionnelles et aussi permettre aux détenteurs du diplôme qualification, qui voudraient poursuivre des études supérieures professionnelles ou générales , en **empruntant des passerelles dédiées à cet objectif**.

A l'instar du baccalauréat général, le Bac Pro, se prépare en deux années après le tronc commun. Il a cependant **deux finalités : l'accès direct au marché de l'emploi ou la poursuite des études post-bac**.

Il est certes préparé dans une spécialité pour répondre aux **exigences de l'exercice d'un métier**, mais les enseignements généraux sont aussi assurés pour permettre d'une part **la poursuite éventuelle des études** et d'autre part l'adaptation continue des profils aux évolutions du métier.

Les enseignements dispensés s'articulent, de **manière équilibrée et complémentaire**, autour de trois groupes : langues, culture et communication, sciences et technologies, travaux pratiques, projet de fin de formation et stages en entreprise. Des modules complémentaires ayant pour vocation de préparer les futures lauréats au **choix du métier** et à **l'entrepreneuriat** seront également dispensés.

Ce référentiel de formation, élaboré en étroite collaboration avec les départements concernés : le Département de la Formation Professionnelle, l'OFPPT, le Ministère en charge du secteur de l'Agriculture, le Ministère du Tourisme, les Fédérations et Associations des Professionnels, et validé par ces mêmes partenaires, est destiné à aider les formateurs à organiser les enseignements, la formation et l'évaluation en exploitant notamment :

- **Le référentiel métier ;**
- **Le référentiel des compétences et des savoirs ;**
- **La partie organisation pédagogique ;**
- **La partie évaluation**.

Ce document permet d'une part **d'exprimer les intentions des auteurs du référentiel** : les professionnels et les concepteurs de programmes, afin de donner du sens aux contenus et aux exigences des compétences à développer. Il propose, d'autre part, des **conseils et des recommandations** sur les plans : organisationnel, temporel, pédagogique et didactique. Il s'adresse aux **services administratifs**, régionaux, provinciaux et locaux de tous les départements concernés, aux **instances d'encadrement et de contrôle** chargées de la mise en œuvre de ce baccalauréat professionnel.

Enfin toutes les personnes qui ont contribué à l'élaboration de cette **première génération de référentiels**, sont vivement remerciées pour leur disponibilité, le niveau d'efforts déployés et la qualité remarquable du produit, espérant que la traduction dans les faits de ces référentiels contribuera à la promotion de l'excellence de notre système d'éducation et de formation.

Préambule

A l'instar des autres pays en développement, le Maroc connaît une mutation structurelle qui aboutira à terme à une tertiarisation de l'économie, au double niveau de la valeur ajoutée et de l'emploi.

L'évolution de l'emploi dans le secteur des services a été trois fois plus rapide que celle du secteur secondaire, et plus d'une fois et demi celle de l'agriculture, ce qui illustre le potentiel de ce secteur dans le domaine de l'emploi. Le secteur des services a ainsi vu sa population active occupée augmenter de 5,1% en moyenne annuelle, alors que cette croissance n'a été que de 3,2% pour l'agriculture et de 1,8% pour le secteur secondaire. La croissance globale de l'emploi sur la période est tirée par le tertiaire qui regroupe les activités les plus dynamiques et dont les contributions à la croissance de l'emploi total sont les plus fortes.

Les résultats obtenus par le Maroc en terme de croissance de l'emploi dans le secteur tertiaire au cours des vingt dernières années peuvent apparaître, a priori, relativement satisfaisants.

Le Référentiel de formation du Baccalauréat Professionnel « Commerce » a été élaboré suivant le cadre d'élaboration des programmes d'études professionnelles qui exigent, notamment, la participation de partenaires des milieux du travail et de l'éducation. Il est défini par compétences selon une approche qui tient compte, à la fois des besoins de formation, des situations de travail et des buts généraux de la formation professionnelle et d'un benchmark avec des systèmes d'éducation similaires.

Le programme de formation Commerce forme ses futurs lauréats à la maitrise des compétences pour l'exercice de la fonction de commercial. Le titulaire du **Baccalauréat Professionnel Commerce** dispose des compétences professionnelles nécessaires pour exercer les activités suivantes : la prospection, la négociation commerciale, la vente et la fidélisation de la clientèle, l'animation d'une surface de vente et les tâches de la gestion. Ceci, dans le but de développer les ventes de l'entreprise.

Cette activité s'exerce dans les entreprises industrielles, commerciales et de service de toutes tailles afin de mettre à la disposition de la clientèle les produits/services correspondant à sa demande.

REFERENTIEL METIER

I- DEFINITION DU DIPLOME

A. APPELLATION DU DIPLÔME

Baccalauréat Professionnel Commerce

B. PRÉSENTATION DU MÉTIER :

1. DESCRIPTION GÉNÉRALE DU MÉTIER

Le titulaire **du Baccalauréat Professionnel Commerce** est un Commercial qui intervient dans une démarche commerciale active et qui dispose des compétences professionnelles nécessaires pour exercer les activités suivantes : la prospection, la négociation commerciale, la vente et la fidélisation de la clientèle, l'animation d'une surface de vente et les tâches de la gestion, dans le but de développer les ventes de l'entreprise.

Cette activité s'exerce dans toutes les entreprises industrielles, commerciales et de service de toutes tailles afin de mettre à la disposition de la clientèle les produits/services correspondant à sa demande.

Son activité consiste aussi, au sein de l'équipe commerciale d'un point de vente, à :

- participer à l'approvisionnement,
- vendre, conseiller et fidéliser,
- participer à l'animation de la surface de vente,
- assurer la gestion commerciale attachée à sa fonction.

2. CONTEXTE PROFESSIONNEL

2.1 Emplois concernés

Il s'agit d'employés commerciaux et de vendeurs dont les appellations varient selon le type d'activité.

Les appellations les plus fréquentes sont les suivantes :

- commercial ou attaché commercial ;
- chargé de prospection, chargé de clientèle ;
- prospecteur vendeur ;
- téléprospecteur, télévendeur ;
- vendeur démonstrateur ;
- représentant ;
- Agent commercial ;
- employé de commerce ;
- employé commercial ;
- assistant de vente ;
- conseiller de vente ;
- vendeur ;
- vendeur spécialisé ;
- vendeur conseiller ;
- adjoint du responsable de petites unités commerciales…

2.2 Types d'entreprises

Le titulaire du baccalauréat professionnel « commerce » exerce ses activités dans :

- des entreprises commerciales ;
- des entreprises de services ;
- des entreprises industrielles.
- des entreprises agricoles.

Ces entreprises s'adressent aussi bien à une clientèle de particuliers (grand public) qu'à des utilisateurs professionnels (entreprises, administrations, professions libérales, artisans …) ou à des revendeurs (petits détaillants, distributeurs …).

2.3 Place dans l'organisation de l'entreprise

Le titulaire du baccalauréat professionnel commerce exerce son activité sous l'autorité et l'encadrement d'un chef des ventes, d'un directeur commercial, du responsable de point de vente, de secteur, de rayon suivant l'organisation de la Force de Vente dont il fait partie. Il est tenu de rendre compte de son activité. Comme, il peut exercer en tant que VRP. Il est autonome dans la relation au client en entretien de vente.

2.4 Environnement économique et technique des emplois

Il se caractérise par :

- Un développement des réseaux de communication notamment par l'intermédiaire d'Internet.
- Une forte pression concurrentielle accentuée par la mise en place du commerce électronique.
- Une évolution des comportements des acheteurs, plus courtisés, plus informés, plus sélectifs et plus volatiles, qui utilisent les nouveaux modes d'achat.
- Une multiplication des formes de vente (vente en magasin, télé-achat, commerce électronique, vente à distance,…).
- Une obsolescence précoce des produits (banalisation rapide des innovations technologiques).
- Un accroissement du coût d'acquisition d'un client.

Face à ce contexte, le processus de vente dans lequel interviennent les emplois visés par le diplôme s'appuie sur :

- La maîtrise des techniques de prospection pour atteindre la clientèle potentielle.
- La professionnalisation accrue des techniques relationnelles pour comprendre le client dans sa globalité, mieux cerner ses besoins ou ses insatisfactions et développer une véritable vente de solutions (produit, services, financement).
- La mise en œuvre de stratégies de suivi de la clientèle pour assurer sa fidélisation.
- La mise à jour constante de la connaissance des marchés et des règles de droit en vigueur dans le secteur concerné pour s'adapter rapidement aux évolutions.

Ce processus nécessite donc pour ces emplois en complément de techniques relationnelles et de vente affirmées, une utilisation accrue des outils informatiques, téléphoniques et plus globalement des techniques de l'information et de la communication (multimédia, visioconférence, Internet, Intranet, réseaux locaux, courrier électronique).

Ces outils permettent aux titulaires de ces emplois :

- De consulter des bases de données et de les exploiter efficacement,
- D'assurer une gestion rapide des contacts clientèle,
- D'actualiser leurs connaissances sur les marchés, les réglementations en vigueur,
- De disposer de supports d'aide à la vente performants.

2.5 Conditions générales d'exercice

L'activité du titulaire du baccalauréat professionnel commerce s'exerce auprès de la clientèle potentielle ou actuelle de l'entreprise. Il utilise pour cela des moyens de communication, un véhicule, de la documentation, des échantillons, des outils informatiques.

Son activité nécessite de nombreux déplacements en visite de clientèle et des horaires de travail variables. Toutefois, il peut être amené à effectuer des permanences dans l'entreprise ou dans sa surface de vente pour accueillir des clients ou pour réaliser des tâches de préparation et de suivi des ventes.

Il participe à la mise en place et à la réalisation de manifestations commerciales décidées par son entreprise, il en exploite les retombées.

Il met en œuvre dans sa relation de face à face ou par téléphone avec le prospect ou le client, des techniques relationnelles et des techniques de vente.

Il utilise pour s'aider dans sa démarche des supports de vente papiers, informatiques ou multimédias mis à sa disposition ou élaborés par ses soins.

Il applique les règles de droit spécifiques à la relation à la clientèle dans son secteur d'activité.

Il organise son travail et effectue le suivi de ses résultats, de ses objectifs. Il assure une remontée des informations du terrain auprès de sa hiérarchie, sous la forme de rapports d'activités ou de comptes rendus de visites.

Une partie de sa rémunération est généralement fonction de sa contribution aux ventes, au développement de sa clientèle et à l'évolution du chiffre d'affaires de l'entreprise.

D'une façon générale, le Commercial est amené à mobiliser des capacités déterminantes pour son activité professionnelle, telles que :

- Collaborer aux objectifs d'une équipe de travail et s'y intégrer ;
- Communiquer, dominer son expression écrite et orale ;
- Adopter des comportements et des attitudes conformes à la diversité des contextes relationnels, notamment au niveau de la tenue vestimentaire, de la courtoisie … ;
- Gérer le temps, percevoir les contraintes horaires pour lui-même et pour sa clientèle ;
- Anticiper les aléas, percevoir ses limites ;
- Gérer le stress inhérent à la charge de travail, aux déplacements, à l'atteinte des objectifs commerciaux ;
- Respecter les règles de confidentialité et de déontologie professionnelle ;
- Faire preuve d'esprit d'initiative dans les limites de l'autonomie dont il dispose, de curiosité, de persévérance, d'implication et de motivation.

3. DÉLIMITATION ET PONDÉRATION DES ACTIVITÉS

Le titulaire du baccalauréat professionnel commerce intervient dans les fonctions suivantes :

- Prospection ;
- Négociation et Vente ;
- Animation commerciale ;
- Gestion des produits et gestion commerciale ;
- Suivi et fidélisation de la clientèle.

Leur mise en œuvre peut être différente selon la taille, l'organisation des entreprises commerciales et selon les attentes de la clientèle.

4. PERSPECTIVES UNIVERSITAIRES ET PROFESSIONNELLES

Le titulaire du Baccalauréat Professionnel Commerce a la possibilité de :

- poursuivre ses études supérieures en technicien spécialisé et équivalent, licence professionnelle, master, grandes écoles de commerce… ;

- s'insérer dans la vie active en exerçant des activités, sous l'autorité et l'encadrement d'un chef des ventes ou d'un directeur commercial au sein d'entreprises relevant de différents secteurs d'activité telles que :
  - Les entreprises commerciales (distributeurs, concessionnaires, grossistes…) ;
  - Les entreprises de services (vente de prestations telles que l'entretien, la location, la communication publicitaire, la banque, l'assurance, l'immobilier…) ;
  - Les entreprises de production (fabrication et commercialisation de biens de consommation courante, de petits équipements, de fournitures industrielles…) ;

- Créer sa propre entreprise.

Dans le cadre de son parcours professionnel, le titulaire du baccalauréat professionnel commerce pourra assumer des responsabilités qui le conduiront à exercer en tant qu'adjoint ou responsable de tout ou partie d'une unité commerciale.

Les compétences acquises, éventuellement reconnues par la validation des acquis de l'expérience, pourront lui permettre d'accéder à des responsabilités de niveau supérieur.

II- DESCRIPTION DESPRINCIPALES ACTIVITÉS ET TÂCHES PROFESSIONNELLES

A. Principales Activités et taches

ACTIVITÉS PROFESSIONNELLES	TÂCHES PRINCIPALES
A1- PROSPECTION	T1- Élaborer un projet de prospection T2- Organiser une opération de prospection T3- Réaliser une opération de prospection T4- Analyser les résultats et assurer le feed-back T5- Transmettre les résultats de l'opération de prospection
A2- NÉGOCIATION et VENTE	T1- Préparer la visite T2- Découvrir le client T3- Présenter l'offre T4- Conclure la négociation T5- Analyser et exploiter les résultats de la visite
A3- ANIMATION COMMERCIALE	T1- Mettre en place l'offre « produit » T2- La mise en scène de l'offre T2.1. La promotion T2.2. L'animation
A4- GESTION DES PRODUITS ET GESTION COMMERCIALE	T1- Approvisionnement /réassort T2- Implantation des produits dans l'espace de vente T3- Gestion du linéaire T4- Gestion de l'espace de vente T5- Gestion et prévention des risques
A5- SUIVI ET FIDÉLISATION	T1- Exécuter les tâches consécutives aux visites T2- Suivre l'exécution des commandes, des livraisons, de la mise en service et du paiement T3- Suivre et fidéliser le client T4- Analyser les résultats du suivi et de la fidélisation de la clientèle T5- Suivre les activités et les résultats T6- Transmettre les résultats de l'activité

B. Conditions d'exercices et résultats attendus

FONCTION : PROSPECTION

TÂCHES

1. Élaborer un projet de prospection :
Rechercher des informations sur l'entreprise, ses produits, les marchés.
Sélectionner la cible à prospecter.
Choisir une technique et des outils de prospection.
Déterminer et quantifier les objectifs opérationnels de l'action.
Rédiger et présenter le projet argumenté et chiffré.

2. Organiser une opération de prospection :
Élaborer un plan de prospection (techniques et secteurs).
Élaborer un plan de tournée.
Constituer et/ou mettre à jour un fichier prospects.
Concevoir des outils d'aide à la prospection (fiches prospect, plan d'appel, diaporama, lettre de publipostage ...).
Sélectionner et utiliser des outils d'aide à la prospection existants.

3. Réaliser une opération de prospection :
Participer à une opération de publipostage.
Émettre et/ou recevoir des appels téléphoniques.
Réaliser une prospection systématique de terrain.
Participer à l'organisation et à l'animation de manifestations commerciales (inauguration, portes ouvertes, expositions, foires, salons…).
Mettre à jour des fichiers, des informations sur les prospects et traiter des contacts (coupons-réponses, appels téléphoniques, visites, accueil de prospects…).

4. Analyser les résultats et assurer le feed-back :
Déterminer les résultats de l'opération de prospection.
Calculer et analyser les ratios de prospection.
Évaluation des résultats qualitatifs et quantitatifs de l'opération.
Déterminer les corrections à apporter pour les prochaines opérations.

5. Transmettre les résultats de l'opération de prospection

CONDITIONS D'EXERCICE

- **Ressources :**

Données - informations : INFORMATIONS SUR LES MARCHÉS, L'ENTREPRISE ET SES PRODUITS

Sources internes : documents, bases de données, fichiers de l'entreprise, résultats de prospections réalisées, plan de prospection, plan de tournée, outils d'aide à la prospection.
Sources externes : cartes routières et plans, presse professionnelle, annuaires, sites Internet ...

Équipements :

Matériels de bureautique et de communication :
- Téléphone fixe et mobile, agenda et messagerie électroniques, télécopieur, photocopieur …
- Micro-ordinateur multimédia avec accès à Internet, périphériques …
- Logiciels de bureautique, de gestion commerciale, de PréAO (Présentation Assistée par Ordinateur) et spécialisés (progiciel d'organisation de tournées…).

Liaisons - relations :

Relations internes avec : l'équipe de vente, le responsable commercial, le personnel d'administration commerciale.
Relations externes avec : la clientèle potentielle, les prospects.

- **Autonomie :**

Autonomie dans l'exécution des tâches, selon les directives du responsable commercial dans le respect des règles de l'entreprise, des règles déontologiques et de la législation commerciale en la matière.

RÉSULTATS ATTENDUS

- Production et présentation d'un projet de prospection en adéquation avec les enjeux commerciaux et les contraintes financières, humaines et techniques de l'entreprise.
- Production d'un plan de prospection conforme aux objectifs généraux d'un projet donné.
- Production d'un plan de tournées réaliste par rapport aux contraintes humaines, efficace par rapport aux contraintes des clients et permettant de maximiser le nombre de visites.
- Production d'outils de prospection adaptés aux objectifs du plan de prospection.
- Concrétisation des contacts.
- Constitution et développement d'un portefeuille de prospects.
- Réalisation d'une analyse objective de l'opération de prospection.

FONCTION : NÉGOCIATION et VENTE

TÂCHES

1. Préparer la visite :

Rechercher et sélectionner les informations utiles relatives au client, à l'entreprise et aux transactions passées.
Déterminer l'objectif de la visite.
Constituer la mallette et les éléments matériels nécessaires à la négociation.

2. Découvrir le client :

Rechercher des informations sur la situation et les besoins du client.
Identifier les facteurs psychologiques du client (motivations, mobiles, freins du client…).
Valider les informations obtenues et les besoins repérés.

3. Présenter l'offre :

Formuler une offre produit et service adaptée aux besoins du client.
Argumenter l'offre.
Présenter le prix.
Traiter les objections.
Négocier les conditions de vente.

4. Conclure la négociation :

Repérer les signaux d'achat.
Conclure la visite (rédiger le bon de commande et/ou le devis et prendre un nouveau rendez-vous).
Consolider la relation avec le client.
Prendre congé.

5. Analyser et exploiter les résultats de la visite

CONDITIONS D'EXERCICE

1. Ressources :

Données - informations :

Argumentaires - Dossiers produits - Catalogues (papier ou multimédia).
Fiches clients - Tarifs - Barèmes - Conditions générales de vente. Références de l'entreprise (press-book papier ou multimédia ...). Instructions spécifiques (autorisations, marge de manœuvre..). Objectifs commerciaux.

Équipements :

Matériels de bureautique, de communication et de PréAO de base :
- Téléphone mobile, messagerie électronique, micro-ordinateur multimédia portable, matériel vidéo. - Logiciels de bureautique, de gestion commerciale et de PréAO.

Matériels de démonstration et de visite :
- Échantillons, CD - ROM.
- Mallette, agenda (manuel ou électronique), bons de commandes, devis ...

Autre matériel :
-Véhicule.

Liaisons - relations :

Relations internes avec : le responsable commercial et les vendeurs, le personnel d'administration commerciale, les personnels des services de conception, fabrication, livraison, le personnel du SAV.

Relations externes avec : les prospects, la clientèle de l'entreprise.

2. Autonomie :

Autonomie dans l'exécution des tâches, selon les directives du responsable commercial, dans le respect des règles de l'entreprise, des règles déontologiques et de la législation commerciale en la matière.

RÉSULTATS ATTENDUS
▪ Réalisation de la vente et/ou de l'objectif de la visite. Satisfaction de la clientèle. ▪ Respect rigoureux des engagements pris. ▪ Participation à l'atteinte des objectifs économiques de l'entreprise (CA - marge commerciale - volume). ▪ Respect des instructions spécifiques fournies par l'entreprise (marge de manœuvre - conditions générales de vente - démarche commerciale…). ▪ Réalisation d'une analyse objective de la visite. ▪ Rentabilisation de la visite.

FONCTION : ANIMATION COMMERCIALE

TÂCHES

1. **Mettre en place l'offre « produit »**

- Mettre en œuvre les facteurs d'ambiance (organisation de tout ou partie de l'espace de vente, mise en valeur des produits).
- Mettre en place les actions de marchandisage de « séduction ».
- Mettre en place la signalétique (ILV, PLV...).
- Maintenir l'attractivité du rayon et/ou du linéaire.
- Participer à la mise en place ou à l'aménagement de la vitrine, et/ou d'autres supports de présentation des produits.

2. La mise en scène de l'offre

2.1. La promotion

- Participer aux opérations de développement de la clientèle (publi-postage, prospection, affichage…).
- Préparer des actions de promotion (mise en place des podiums, îlots…).
- Assurer le suivi et le contrôle qualitatifs des opérations de promotion

2.2. L'animation

- Participer à la mise en place d'animations (respect du planning…).
- Mettre en œuvre des techniques d'animation (ventes flash…).
- Réaliser de ventes spécifiques à l'animation.
- Assurer le suivi et le contrôle qualitatifs des actions d'animation.

CONDITIONS D'EXERCICE

1. Ressources

Données – informations :

- Plans de magasin, éléments de la politique d'enseigne, descriptif des outils liés à l'ambiance, planogrammes, presse professionnelle, calendrier des promotions,
- Consignes et directives, consignes d'hygiène et de sécurité

Équipements :

- Matériels de décoration, outils d'affichage et d'étiquetage, de démonstration
- Matériels informatiques (lecteur de code barre…)

Liaisons – relations :

Avec le responsable et l'équipe du point de vente, du rayon, des services de décoration et de marchandisage (à l'interne et à l'externe), avec les fournisseurs et les clients

2. Autonomie

Autonomie dans l'exécution des tâches dans son espace de vente, selon les directives du responsable direct, dans le respect de la politique d'enseigne et de la législation commerciale en vigueur.

RÉSULTATS ATTENDUS

- Implantation conforme aux objectifs du point de vente (état attractif et esthétique)
- Valorisation de l'espace de vente
- Amélioration du niveau d'information de la clientèle
- Développement des ventes au travers des actions promotionnelles et de l'animation
- Satisfaction et fidélisation de la clientèle
- Efficacité des différentes opérations de promotion et d'animation

FONCTION : GESTION DES PRODUITS ET GESTION COMMERCIALE

TÂCHES

1. **Approvisionnement /réassort**
   - Appliquer les procédures d'approvisionnement en fonction du circuit de distribution
   - Réceptionner les produits
   - Participer à la préparation et au suivi de la commande jusqu'à la mise en vente du produit
   - Participer aux inventaires

2. Implantation des produits dans l'espace de vente
   - Implanter les produits dans le linéaire en fonction des indicateurs de gestion
   - Présenter les produits et contrôler l'état marchand (date de péremption, état physique du produit ou du conditionnement…) et la signalétique

3. Gestion du linéaire
   - Collecter les informations chiffrées pour renseigner un tableau de bord
   - Participer à l'analyse des résultats du linéaire (permanent, promotions, mises en avant…)
   - Participer à la gestion économique des stocks (rotation, loi de Pareto…)

4. Gestion de l'espace de vente
   - Calculer et analyser les ratios significatifs, économiques et financiers
   - Relever les prix
   - Appliquer des règles de lutte contre la démarque
   - Transmettre les informations aux membres de l'équipe

5. Gestion et prévention des risques
   - Appliquer les règles d'hygiène, de sécurité, liées aux personnes, produits et équipements
   - Repérer les anomalies et dysfonctionnements relatifs à la sécurité et transmission au responsable

CONDITIONS D'EXERCICE

1. **Ressources**

Données – informations :
   - Documents commerciaux, plans de magasin, plannogrammes, fiches de stock,
   - Performances des linéaires, résultats commerciaux du rayon et du point de vente, prévisions et objectifs, statistiques de vente, presse professionnelle, règles de mise en place
   - Réglementation en matière d'hygiène et de sécurité (cahier des charges)

Équipements :
   - Matériel informatique, outils de communication
   - Matériels de marquage et d'étiquetage
   - Logiciels de bureautique et de gestion commerciale

Liaisons – relations :
Avec le responsable et l'équipe du point de vente, du rayon, les fournisseurs, avec les services d'aménagement et de décoration, de sécurité

2. **Autonomie**

Autonomie dans l'exécution des tâches, selon les directives de la hiérarchie, dans le respect de la politique d'enseigne et de la législation commerciale en vigueur.

RÉSULTATS ATTENDUS
• Adéquation de l'approvisionnement aux besoins • Maintien de l'état marchand du rayon et de l'espace de vente • Exploitation pertinente des données chiffrées • Fiabilité de la transmission des informations • Permanence de la vigilance en matière de prévention des risques d'hygiène et de sécurité

FONCTION : SUIVI ET FIDÉLISATION

TÂCHES

1. Exécuter les tâches consécutives aux visites :

Réaliser les comptes rendus de visites, mettre à jour les fichiers, les dossiers clients, les états de frais ...
Transmettre les informations remontées du terrain.

2. Suivre l'exécution des commandes, des livraisons, de la mise en service et du paiement :

Transmettre les bons de commandes.
Contrôler le déroulement des livraisons, la mise en service des produits commandés et leur paiement.

3. Suivre et fidéliser le client :

Relancer les clients.
Réaliser les ventes de réapprovisionnement.
Suivre en permanence la satisfaction de la clientèle.
Exploiter les opérations ponctuelles de fidélisation de la clientèle organisées par l'entreprise.

4. Analyser les résultats du suivi et de la fidélisation de la clientèle :

Exploiter les fichiers clients.
Proposer des modalités de suivi et de fidélisation.

5. Suivre les activités et les résultats :

Exploiter le tableau de bord d'activité. Appréciation des résultats.
Déterminer les mesures correctives.

6. Transmettre les résultats de l'activité :

Rédiger les rapports d'activités.
Présenter les résultats lors de réunion de l'équipe de vente.

CONDITIONS D'EXERCICE

1. Ressources :

Données - informations :

Comptes rendus de visites, rapports d'activités, états de frais …
Bons de commandes, de livraisons, états des ventes, plannings …
Documents relatifs à la mise en service, à l'assistance des utilisateurs (notices techniques) … Dossiers, fichiers manuels ou informatisés des prospects, des clients.
Informations sur les produits, les marchés, les tarifs.
Informations (presse professionnelle, sites Internet…) sur le contexte et l'environnement professionnel (manifestations, foires, salons…).
Objectifs qualitatifs et quantitatifs, tableaux de bord (hebdomadaires, mensuels, trimestriels…).

Équipements :

Matériels de communication et de bureautique:
- Téléphone mobile ou non, poste informatique multimédia avec accès à Internet.
- Logiciels de bureautique, de PréAO, de gestion commerciale et spécialisés (progiciels de gestion de portefeuille, de transmission de commandes par Internet ou Intranet ...).
- Agenda et messagerie électroniques.

Autre matériel :
- Véhicule.

Liaisons - relations :

Relations internes avec :
- Les services de production, de livraison, de maintenance, de la comptabilité, du contentieux. - La force de vente.

Relations externes avec : les prospects, les clients, les prescripteurs, les fabricants le cas échéant.

2. Autonomie :

Autonomie dans l'exécution des tâches, selon les directives du responsable commercial, dans le respect des règles de l'entreprise, des règles déontologiques et de la législation commerciale en la matière.

RÉSULTATS ATTENDUS

- Remontée d'informations de la clientèle au responsable commercial, aux services concernés.
- Satisfaction de la clientèle ; réduction des réclamations, limitation des impayés …
- Fidélisation de la clientèle ; renouvellement des ventes, valorisation de l'entreprise…
- Optimisation de l'activité de suivi et de fidélisation.
- Réalisation d'un suivi régulier et d'une analyse objective de l'activité, des résultats.
- Rentabilisation des résultats.

REFERENTIEL DES COMPETENCES ET DES SAVOIRS

I. COMPÉTENCES

A.Répertoire des compétences

C 1. PROSPECTER

C 1.1. Élaborer un projet de prospection

C 1.2. Organiser une opération de prospection

C 1.3. Réaliser une opération de prospection

C 1.4. Analyser les résultats et rétroagir

C 1.5. Rendre compte de l'opération de prospection

C 2. NÉGOCIER ET VENDRE

C 2.1. Préparer la visite

C 2.2. Effectuer la découverte du client

C 2.3. Présenter l'offre commerciale

C 2.4. Conclure la négociation/Vente

C 2.5. Analyser les résultats de la visite

C 3. ANIMER

C 3.1. Organiser l'offre « produits »

C 3.2. Participer aux opérations de promotion

C 3.3. Participer aux actions d'animation

C 4. GÉRER

C 4.1. Approvisionner et réassortir

C 4.2. Gérer les produits dans l'espace de vente

C 4.3. Participer à la gestion de l'unité commerciale

C 4.4. Participer à la gestion et à la prévention des risques

C 5. SUIVRE ET FIDÉLISER LA CLIENTÈLE

C 5.1. Exécuter les tâches consécutives à la visite

C 5.2. Suivre l'exécution des commandes, des livraisons…

C 5.3. Assurer le suivi et la fidélisation du client

C 5.4. Analyser les résultats du suivi et de la fidélisation

C 5.5. Effectuer le suivi de son activité et de ses résultats

C 5.6. Rendre compte du suivi de son activité et de ses résultats

B. Opérationnalisation des compétences

C1. PROSPECTER		
C1.1 : Élaborer un projet de prospection		
DONNÉES	**ACTIONS**	**INDICATEURS DE PERFORMANCE**
Dans le cadre : - d'un contexte professionnel donné, - d'un environnement informatique et téléphonique donné, - d'une situation de travail réelle, reconstituée ou simulée. **Avec :** - des fichiers manuels ou informatisés, - des outils d'information et de communication (téléphone fixe ou mobile, micro-ordinateur multimédia avec accès Internet), - des logiciels de bureautique de base, de PréAO (présentation assistée par ordinateur) et de gestion de clientèle spécifiques, - des supports et des outils de présentation (diaporama, vidéo projecteur …), - un agenda et une messagerie électroniques. **A partir:** - d'un projet initié par l'entreprise ou à l'initiative du commercial en formation.	**111. Exploiter les sources documentaires relatives au marché, à l'entreprise et à ses produits** . Repérer les sources documentaires . Extraire les informations utiles, les traiter et les synthétiser	- La recherche des sources et des informations se fait méthodiquement et avec le souci de l'exhaustivité - Les choix des sources et des informations sont justifiés, les informations manquantes pour améliorer la précision de l'étude sont repérées - Les informations qualitatives sont résumées, les informations quantitatives essentielles sont mises en évidence par l'extraction de données significatives, le calcul d'indicateurs, la représentation sous forme de tableaux ou de graphiques - Les conclusions sont synthétiques et structurées, elles permettent de dégager des pistes pour une décision.
Avec : un logiciel approprié (gestion de clientèle, agenda électronique...).	**112. Exploiter les informations informatisées** **relatives à la clientèle** . Consulter les données clients . Extraire et traiter les informations	- Les fonctionnalités d'un logiciel nécessaires à l'exploitation des données sur les clients sont maîtrisées - Les données utiles sont extraites et mises en forme pour en permettre le traitement - Les principales caractéristiques de la clientèle (par exemple répartition par zone, par catégorie, par chiffre d'affaires...) sont mises en évidence par des calculs d'indicateurs, des représentations graphiques ... - L'étude de ces informations dégage des pistes pour une décision.

	113. Élaborer une stratégie de prospection . Déterminer la cible . Déterminer les moyens humains, financiers et matériels nécessaires pour le bon déroulement du projet ainsi que la durée de l'opération . Fixer les objectifs quantitatifs et qualitatifs (préciser l'offre produits en dénombrant les contacts, en agissant sur la notoriété) . Choisir une technique ou une combinaison de techniques de prospection : prospection systématique, téléprospection, publipostage ...	- La cible est clairement identifiée à partir de critères explicites (catégories de clients, zones géographiques...) et justifiée - Les objectifs d'ordre général (augmentation des ventes, de la notoriété, enrichissement de fichiers...) et opérationnel (nombre de visites, résultats par prospecteur...) sont définis et quantifiés - Les objectifs répondent aux attentes des décideurs, les moyens à mobiliser sont réalistes et cohérents, les coûts sont évalués - La ou les techniques et les outils de prospection choisis sont adaptés à la cible et aux contraintes matérielles et financières - les actions sont planifiées
Avec : - des outils informatiques (micro-ordinateur multimédia et périphériques), des logiciels de bureautique de base et de PréAO. - des supports (diaporama, tableaux, graphiques …) et des outils de présentation (micro-ordinateur multimédia, vidéo projecteur, rétroprojecteur…).	**114. Présenter le projet** . Rédiger le projet . Soutenir le projet	- L'expression écrite et orale ainsi que les outils de communication sont maîtrisés - Le projet est argumenté : coût, planification, attentes des décideurs…

C1.2 - Organiser une opération de prospection		
DONNÉES	**ACTIONS**	**INDICATEURS DE PERFORMANCE**
A partir : - de contraintes, - d'objectifs, - de cartes géographiques, - de plans de ville, - de réseaux de transports, - de logiciels d'itinéraires routiers, - d'un agenda électronique.	**121. Élaborer un plan de prospection et un plan de tournée** - Repérer les contraintes et définir les objectifs - Sélectionner les prospects - Repérer les villes - Définir la tournée	- Le plan de prospection est exhaustif (ou aussi complet que possible) et cohérent au regard des objectifs - Les techniques courantes de construction de tournées sont maîtrisées - Le plan de tournée et le plan de prospection répondent aux contraintes de temps et de coût
Avec : - un logiciel de gestion de clientèle.	**122. Construire et/ou mettre à jour un fichier prospect**	- Le logiciel assurant la gestion de la clientèle est maîtrisé dans son utilisation - La structure du fichier construit correspond aux besoins des utilisateurs - La mise à jour des fiches est systématique, Rapide et fiable
Avec : - des outils informatiques (micro-ordinateur multimédia et périphériques), des logiciels de bureautique de base et de PréAO.	**123. Sélectionner et/ou concevoir des outils d'aide à la prospection tels que fiches prospect, plan d'appel téléphonique, lettre de publipostage...**	- La sélection des outils est pertinente - La conception des outils s'appuie sur les méthodes d'analyse et les techniques développées en communication (plan de rédaction, accroche, vocabulaire adapté...) - Les supports élaborés sont efficaces vis-à-vis de la cible ; ils renforcent l'argumentation, ils respectent l'image de l'entreprise
C1.3 - Réaliser une opération de prospection		
DONNÉES	**ACTIONS**	**INDICATEURS DE PERFORMANCE**
	131. Établir le contact avec le prospect par différentes techniques relationnelles dans des situations de face à face, d'appels téléphoniques, de foires, d'expositions, de salons professionnels, de publipostages	- Les techniques relationnelles sont maîtrisées, leur choix est pertinent par rapport au type de situation - La relation est personnalisée
A partir : - de coupons réponses, - de prises de rendez-vous, - de contacts téléphoniques, - de fiches et d'un fichier prospects.	**132. Traiter et exploiter les contacts résultant de l'utilisation des techniques de prospection** - Mettre à jour le fichier prospect - Classer les contacts - Définir les suites à donner	- Le fichier prospects est complété de façon claire et précise, toutes les rubriques sont renseignées - Les prospects sont classés en fonction de critères quantitatifs et/ou qualitatifs (priorité de relance...) - Le traitement des contacts est sélectif, rapide, rigoureux et méthodique, les suites à donner sont adaptées.
Avec : - des outils de communication (téléphone fixe et/ou portable…)	**133. Prendre rendez-vous avec le prospect**	- La prise de rendez-vous aboutit - Les techniques de prise de rendez-vous sont maîtrisées.

C1.4 - Analyser les résultats et rétroagir		
A partir : - d'objectifs, - de coûts, - de tableaux de bord. **Avec :** - un logiciel adapté de type tableur.	**141. Déterminer les résultats de l'opération de prospection**	Les résultats comptabilisés et/ou calculés sont exacts et adaptés à la nature de l'opération de prospection (nombre de contacts, nombre de retours, charges fixes et variables de l'opération, chiffre d'affaires, marge)
	142. Calculer les ratios de prospection	Les ratios et les écarts calculés permettent d'apprécier les résultats
	143. Mesurer les écarts avec les objectifs	
	144. Rechercher les causes des écarts	Les causes des écarts sont identifiées avec précision
	145. Apprécier les résultats de l'opération	L'appréciation des résultats est justifiée
	146. Déterminer les éventuelles corrections à apporter pour des opérations de prospection à venir	Des solutions d'amélioration réalistes sont proposées
C1.5 - Rendre compte de l'opération de prospection à l'équipe de vente et/ou au responsable des ventes, et/ou aux personnels d'administration commerciale		
Avec : - des outils informatiques (micro-ordinateur multimédia et périphériques), des logiciels de bureautique de base et de PréAO.	**151. Produire une synthèse écrite**	La production écrite répond à des critères de qualité et de rigueur
Avec : - des supports (diaporama, tableaux, graphiques…) et des outils de présentation (micro-ordinateur multimédia, vidéo projecteur, rétroprojecteur…).	**152. Présenter oralement cette synthèse** - Présenter les éléments à mettre en valeur - Utiliser les outils audio-visuels	La communication orale répond à des critères de qualité (expression verbale et non verbale) ; elle est fidèle aux opérations menées et convaincante ; elle est renforcée par l'utilisation judicieuse d'outils de communication et de documents.

C2. NÉGOCIER ET VENDRE		
C2.1 Préparer la visite		
DONNÉES	**ACTIONS**	**INDICATEURS DE PERFORMANCE**
Dans le cadre : - d'un contexte professionnel donné, - d'une situation de négociation avec un client, un revendeur, un prescripteur, - de mises en situation réelles ou simulées, - de l'observation de situations. **Avec :** - les dossiers clients, - les conditions générales de vente, - les tarifs, - la marge de manœuvre, - les dossiers produits, - les outils d'aide à la vente, - les supports vidéo, écrits, CD Roms, … - le matériel de démonstration (éventuellement).	**211. Rechercher et sélectionner les informations relatives au client, à l'entreprise et aux transactions passées**	- Les intervenants dans la décision d'achat sont identifiés - Le profil commercial du client (coordonnées, fonction, historique) et ses attentes sont cernés - Son rôle dans la décision d'achat est repéré
	212. Fixer les objectifs de la visite	- L'objectif principal fixé est réaliste. - Des alternatives ou des replis sont prévus
	213. Regrouper les éléments matériels nécessaires aux visites, préparer le matériel de démonstration (éventuellement)	- Les éléments matériels sont adaptés à la nature de la visite, ils sont complets et actualisés - Le bon fonctionnement du matériel est vérifié
C2.2 - Effectuer la découverte du client		
	221. Établir le contact en utilisant des techniques relationnelles	Un climat de confiance est installé
À partir de : - du dossier client - d'objectifs commerciaux de vente - d'instructions relatives à la marge de négociation	**222. Collecter des informations sur la situation du client en utilisant des techniques de questionnement**	- Les informations obtenues permettent d'identifier la situation du client : solution actuelle, attentes, potentiel d'achat, capacités financières … - L'utilisation des différents types de questions est maîtrisée
	223. Pratiquer l'écoute active	- Les relances, les reformulations instaurent le dialogue - Les attitudes et les comportements sont adaptés aux langage et paralangage de l'interlocuteur
	224. Dégager les motivations et les freins	Les motivations et freins du client sont identifiés et hiérarchisés
	225. Valider la découverte	- Une synthèse de la découverte est présentée au client et obtient son adhésion - Les besoins du client sont repérés

C2.3 - Présenter l'offre commerciale		
Avec : - Les outils de vente de l'entreprise (press-book, échantillons produits, PC portable…)	**231. Présenter le(s) produit(s) et/ou le(s) service(s)**	- La solution présentée est adaptée aux besoins du client : . Le(s) produit(s) et le(s)service(s) sont adéquats . La présentation est attractive, informative et implique le client
A partir : - d'argumentaires, - de catalogue, - de tarifs, etc. …	**232. Argumenter**	- La sélection des arguments correspond aux mobiles et motivations décelés. - La présentation des arguments est hiérarchisée - L'explication est synchronisée à la présentation et/ou démonstration - Les arguments sont justifiés
	233. Présenter le prix	Le prix est présenté au moment opportun à l'aide de techniques appropriées
	234. Traiter les objections	- L'objection est écoutée complètement. - Elle est prise en compte et appréciée. - Son traitement rassure et convainc le client
A partir : - d'objectifs commerciaux, - d'instructions relatives à la marge de négociation. - Les deux parties respectent les conditions, les prix négociés.	**235. Négocier les prix et les conditions**	
	241. Repérer les signaux d'achat	Les signes d'approbation sont décodés dans la communication verbale et non verbale
	242. Conclure la visite	L'attitude et le discours du vendeur entraînent l'accord du client pour une suite positive de la visite (prise immédiate de commande ou de rendez-vous, devis, étude, proposition…) - Les bons de commande sont rédigés de façon claire et précise, toutes les rubriques sont renseignées
	243. Consolider la relation avec le client	L'attitude et les propos du vendeur maintiennent un climat de confiance
	244. Prendre congé	Les formules de politesse sont présentées

C2.4 - Analyser les résultats de la visite, noter les éléments essentiels		
Avec : - les outils, les logiciels et les documents de suivi (PC portable, agenda électronique, fiches manuelles ou informatisées).	**241. Analyser les résultats de la visite, noter les éléments essentiels**	- Les points forts et les points faibles de la négociation sont repérés - Les causes des écarts avec les objectifs initiaux de la visite sont identifiées.

C3. ANIMER		
C3.1 Organiser l'offre produits		
DONNÉES	**ACTIONS**	**INDICATEURS DE PERFORMANCE**
Dans le cadre : -d'une unité commerciale repérée (magasin ou espace de vente limité à la zone de responsabilité) -du contexte professionnel -d'un secteur donné -d'une situation de travail réelle, reconstituée ou simulée -d'un environnement juridique et réglementaire	**3.1 Organiser l'offre produits**	Dans le respect strict : - de la réglementation en vigueur - des règles d'hygiène, de sécurité - des consignes de travail données L'offre « produits » est en adéquation avec la politique de l'unité commerciale
Avec : -les produits -les éléments constitutifs des facteurs d'ambiance À partir : -du plan de l'espace de vente -de consignes ou directives -des normes et de la réglementation en matière d'hygiène et de sécurité	**Mettre en place les facteurs d'ambiance** -Identifier les facteurs d'ambiance du point de vente -Identifier l'organisation de la surface de vente -Participer à la sélection des éléments d'ambiance (permanents ou événementiels) de la vitrine et/ou de l'intérieur de l'espace de vente -Installer les éléments d'ambiance	- Les facteurs d'ambiance sont choisis en fonction des produits à mettre en valeur - La combinaison des facteurs est Cohérente - Les éléments d'ambiance sont installés correctement
Avec : -les produits -les éléments constitutifs de l'ILV et/ou de la PLV -les mobiliers et/ou supports de présentation À partir : -du plan de l'espace de vente -de consignes ou directives -de la réglementation en vigueur	**Installer la signalétique** -Identifier les éléments constitutifs de la signalétique -Repérer les éléments d'ILV (information sur le lieu de vente) ou de PLV (publicité sur le lieu de vente) disponibles et sélectionner les éléments nécessaires -Créer un (des) support(s) de signalétique -Installer les supports de signalétique	-L'information donnée est lisible, complète et exacte -La signalisation (flèches, repères..) est repérable et approprié -La signalétique valorise le produit ; elle est en cohérence avec le thème et/ou la stylistique de l'animation
A partir : -du plan de l'espace de vente -de consignes ou directives -des normes et de la réglementation en matière d'hygiène et de sécurité	**3.1.3. Maintenir l'attractivité de tout ou partie de l'espace de vente** Prendre des mesures immédiates pour maintenir l'achalandage de l'espace de vente et assurer la protection des produits	-L'espace est rendu dynamique et le rayon attractif par une signalétique appropriée ; -La protection des produits et des personnes (consommateurs, personnel) est assurée

Avec : -les produits -le matériel d'aide à la manutention éventuellement -les supports de charge A partir : -du plan de l'espace de vente -de planogrammes ou plans types -de consignes ou directives -des normes et de la réglementation en matière d'hygiène et de sécurité	**3.1.4 Mettre en place les actions de marchandisage de séduction** Agencer tout ou partie de l'espace de vente : - regrouper les familles de produits complémentaires - réaliser les aménagements nécessaires (accès, îlots, mobiliers…) Clarifier l'offre en rendant les produits accessibles et visibles	-Les produits sont mis en place de manière attractive -Les produits sont combinés de façon complémentaire et esthétique ; ils renforcent la séduction -L'offre respecte la logique de l'espace de vente (sens de lecture) -Les consignes de mise en place sont appliquées ; l'esthétique prend en compte l'hygiène et la sécurité
Avec : -les produits à mettre en avant -les éléments constitutifs de l'ILV et/ou de la PLV -le mobilier et/ou support de présentation **À partir :** -du plan de l'espace de vente -de consignes ou directives -des normes et de la réglementation en matière d'hygiène et de sécurité	**.5 Favoriser l'achat d'impulsion** - Prendre en compte les opportunités, (événement, saisonnalité) et proposer le(s) produit(s) à mettre en avant -Exploiter les informations relatives aux caractéristiques du produit sélectionné, à son marché, à son mode de consommation Mettre en place le(s) produit(s) sélectionné(s) Justifier le choix	-Le produit ou les produits, correctement proposés, sont placés à l'endroit favorisant au mieux l'achat d'impulsion -Les arguments avancés pour la justification sont pertinents
Avec : -les produits -les éléments constitutifs des facteurs d'ambiance -les éléments constitutifs de l'ILV et/ou de la PLV -les mobiliers et/ou supports de présentation **À partir :** -du plan de l'espace de vente -de planogrammes ou plans types -de consignes ou directives -de standards d'enseigne (cahier des charges, charte graphique…) -de consignes d'hygiène et de Sécurité	**3.1.6 Proposer des modifications et/ou améliorations** -Contrôler l'attractivité du rayon ou de l'espace de vente -Vérifier les harmonies : couleurs, volumes… -Comparer avec la présentation précédente -Suggérer des améliorations	-L'harmonie du rayon ou de l'espace correspond aux consignes, directives et standards d'enseigne -Les suggestions avancées améliorent l'impact visuel de la présentation

Dans le cadre : -d'une unité commerciale repérée (magasin ou espace de vente limité à la zone de responsabilité) -du contexte professionnel d'un secteur donné -d'une situation de travail ayant pour objet une action de promotion, réelle ou à réaliser -d'un environnement juridique et réglementaire	**C 3.2. Participer aux opérations de promotion**	Dans le respect strict : - de la réglementation en vigueur - des règles d'hygiène, de sécurité - des consignes de travail données La mise en œuvre de l'action et son évaluation sont en adéquation avec la politique de l'unité commerciale
Avec : - les produits en réserve et/ou sur la surface de vente - les supports et matériels spécifiques (mobilier, pancartage…) **À partir :** - des offres des fournisseurs - d'événements extérieurs (saisons, climat, manifestations, actions de la concurrence…) - de l'état des stocks ou cadencier - des dates de péremption des produits - des données sur le comportement des consommateurs - des consignes	**3.2.1. Préparer une action promotionnelle** Repérer l'opportunité de la promotion (interne ou externe) : - événement déclencheur (contact fournisseur ou centrale d'achats) -produit à promouvoir (surstockage…) Participer au choix de l'offre fournisseur (baisse de prix, mise en lots, nouveauté…) Proposer l'action de promotion à mettre en place (supports, produits…)	-L'opportunité de la promotion à mettre en place est repérée, qu'elle soit d'origine interne ou externe -Le choix de la promotion correspond aux préconisations du responsable
Avec: - des supports de communication écrite et orale - le fichier « clients » **À partir :** - des informations sur la clientèle ciblée - de la documentation juridique - des résultats d'enquête - des consignes de réalisation données - des objectifs de communication	**3.2.2. Informer la clientèle** Proposer des supports d'information pour le lancement de la promotion et participer à leur choix Assurer la logistique des actions de communication décidées : -réaliser tout ou partie de l'affichage de l'unité commerciale, -exploiter les informations du fichier « clients » -participer à tout ou partie d'un publipostage, -prévoir et préparer les éléments de communication orale : bande, annonce, diffusion, périodicité…	-Les supports proposés sont en cohérence avec l'action de promotion ; ils sont justifiés -La mise en place des actions correspond à la cible de la promotion -La clientèle est correctement informée sur les caractéristiques de la promotion

Avec: - les produits, - le mobilier et les supports de présentation - les éléments constitutifs de l'ILV et de la PLV **À partir :** - du plan publi-promotionnel des fournisseurs et/ou de la centrale - de la réglementation - des éléments juridiques en matière de durée de travail - des consignes et procédures de travail - des tableaux de présence du personnel	**3.2.3. Assurer la mise en œuvre d'une action promotionnelle** Exploiter le plan publi-promotionnel des fournisseurs et/ou de la centrale Proposer les ressources matérielles et humaines : -les supports -le nombre de personnes nécessaires à l'action -la répartition du travail des employés Effectuer et coordonner la mise en place de la promotion : - disposer les supports , utiliser les techniques promotionnelles (mise en place des gratuits, création de lots) - exposer les produits promotionnels - adapter la signalétique (ILV, PLV) Contrôler l'application de la réglementation spécifique à la promotion (étiquetage, hygiène, sécurité…) et procéder, le cas échéant, aux corrections nécessaires	-Le calendrier des actions promotionnelles est conforme aux recommandations du point de vente -Les ressources matérielles et humaines sont proposées en cohérence avec les moyens disponibles et les objectifs de l'action -La disposition retenue met en valeur les produits ; la signalétique, correctement placée, est conforme à la réglementation et à l'objectif de vente fixé -La réglementation en matière de promotions est respectée -Le contrôle est effectué ; l'application de la réglementation est vérifiée ; les irrégularités sont relevées et corrigées
Avec : - un logiciel de traitement de texte **À partir :** -des réactions des clients -des événements extérieurs (journée pluvieuse, manifestation sportive…) -des objectifs qualitatifs et quantitatifs de la promotion -des ventes réalisées	**3.2.4. Évaluer la qualité d'une action promotionnelle** Repérer les points forts et les points faibles Synthétiser les informations recueillies Rendre compte, par écrit ou oralement, de l'activité et des résultats	-La synthèse écrite fait apparaître des éléments pertinents permettant d'éclairer le supérieur hiérarchique sur la qualité de l'action promotionnelle -La communication orale correspond aux exigences professionnelles
Dans le cadre : -d'une unité commerciale repérée (magasin ou espace de vente limité à la zone de responsabilité) -du contexte professionnel d'un secteur donné -d'une situation de travail ayant pour objet une action d'animation, réelle ou à réaliser -d'un environnement juridique et réglementaire	**C 3.3. Participer aux actions d'animation** *(actions ponctuelles événementielles, actions entrant dans le cadre d'une promotion)*	Dans le respect strict : - de la réglementation en vigueur - des règles d'hygiène, de sécurité - des consignes de travail données - La mise en œuvre de l'action et son évaluation sont en adéquation avec la politique de l'unité commerciale

Avec : -les produits, -les matériels spécifiques -les outils d'information et de communication -le matériel de démonstration ou de dégustation si nécessaire -le « kit » d'animation, éventuellement (décoration, cadeau(x)…) -la tenue adéquate (éventuellement)	**3.3.1. Assurer la mise en œuvre d'une animation** Recenser les éléments constitutifs de l'animation [produit(s), moyens humains et matériels spécifiques] Effectuer et coordonner l'installation, l'environnement matériel et les produits Proposer la planification de ses propres animations	-Les éléments constitutifs de l'animation sont recensés sans oubli -L'installation de l'animation correspond aux préconisations du responsable -Les interventions correspondent aux moments d'affluence de la clientèle ; elles sont adaptées à la nature du produit (denrée périssable ou autre)
À partir : - des consignes - de la liste des animations - de la documentation « produit(s) » - des guides d'animation, le cas échéant - des conditions de vente et de garantie - des objectifs	**3.3.2. Réaliser une animation** Construire l'argumentaire adapté au produit, objet de l'animation Utiliser l'argumentaire remis par le Fournisseur Choisir la technique à mettre en œuvre (démonstration, dégustation, distribution, vente flash…) Appliquer la technique d'animation choisie Réaliser des ventes liées à une action d'animation	-L'argumentaire est bien construit ou bien exploité -La technique choisie, mise en œuvre avec efficacité, permet de capter l'attention de la clientèle -La communication orale est professionnelle -Les ventes du produit, objet de l'animation, correspondent aux objectifs fixés
Avec : les outils d'information et de communication **A partir :** -des consignes -des attitudes des clients	**3.3.3. Évaluer la qualité d'une animation** Repérer les points forts et les points faibles Synthétiser les informations recueillies Rendre compte, par écrit ou oralement, de l'activité et des résultats	La synthèse écrite ou orale fait apparaître : -des éléments pertinents permettant d'éclairer le supérieur hiérarchique sur la qualité de l'animation -des propositions d'amélioration

C4. GÉRER		
DONNÉES	**ACTIONS**	**INDICATEURS DE PERFORMANCE**
Dans le cadre : - d'une unité commerciale (magasin ou espace de vente limité à la zone de responsabilité) - d'un contexte professionnel -d'un secteur donné - d'une situation de travail réelle, reconstituée ou simulée - d'un environnement juridique et réglementaire	**C 4.1. Approvisionner et réassortir**	Dans le respect strict : - de la réglementation en vigueur - des règles d'hygiène, de sécurité - des consignes de travail données - de la politique commerciale de l'enseigne, du point de vente -Les opérations d'approvisionnement et le réassort sont effectués sans erreur
Avec : -les produits -les appels d'offres -les états de stock, le cadencier, -les bons de commande, de livraison -les fichiers fournisseurs et produits -les outils d'aide à la décision -(échange de données informatisé EDI) **À partir :** -des consignes, de procédures de travail -de la réglementation -des règles d'hygiène et de sécurité -des fichiers fournisseurs -de la documentation professionnelle (revues, salons …) -de recommandations liées à la politique commerciale de l'enseigne	**4.1.1. Participer à l'approvisionnement** Identifier le ou les fournisseurs Exploiter les informations émanant du ou des fournisseurs Appliquer les procédures d'approvisionnement Mettre à jour les fichiers « fournisseurs » et « produits »	-Le produit est commandé au bon fournisseur, dans la bonne quantité et au bon moment, selon les procédures d'approvisionnement en vigueur dans l'unité commerciale -Les fichiers sont correctement mis à jour

Avec : - les produits - les états de stock, le cadencier, les bons de commande, de livraison - les fichiers fournisseurs - les outils d'aide à la décision (échange de données informatisé - EDI) **À partir :** - des consignes, de procédures de travail - des fichiers fournisseurs - de recommandations liées à la politique commerciale	**4.1.2. Réaliser le réassortiment** Détecter et dénombrer les produits manquants Déclencher la procédure de réassortiment Procéder à la rotation des produits	-La procédure est respectée -Le rayon est correctement réapprovisionné -Les règles de rotation sont respectées
Avec : - les produits - les fournisseurs - un système de communication - les outils et logiciels de commande le cas échéant **À partir :** - de consignes et de procédures de travail (cahier des charges, charte…) - des fiches ou états de stocks - des cadenciers - des listings produits - des guides	**4.1.3. Préparer la commande** Qualifier la structure de l'assortiment Dénombrer les produits en stock (magasin et réserve du magasin) et en déduire les produits à commander Passer la commande	-La composition de l'assortiment est vérifiée et répond à la politique commerciale -Les quantités en stock sont correctement dénombrées -Les quantités commandées évitent toute rupture de stock ou surstock -Les principes de commande du point de vente sont respectés

Avec : - les produits - les fichiers fournisseurs et produits - un système de communication informatisé - un logiciel de gestion commerciale **À partir :** - des documents de contrôle - des états de stock et cadenciers - des bons de commande - des factures - des bordereaux de livraison - des plans d'organisation de la réserve - des consignes et procédures - de la réglementation en matière de réception et de Livraison	**4.1.4. Réceptionner les produits** Vérifier le respect du planning des réceptions Effectuer le contrôle des livraisons (quantitativement et de conformité) Prendre des mesures pour remédier aux défauts, erreurs, retards de livraison Effectuer le contrôle qualitatif des produits et les mettre en place dans la zone de stockage, la réserve ou le magasin Garantir la qualité des produits Étiqueter les produits et les sécuriser Saisir ou valider l'entrée en stock des produits	-L'étiquetage est conforme à la spécificité des produits ; ces derniers sont sécurisés -Les stocks sont mis à jour -Le logiciel de gestion commerciale est correctement utilisé : les saisies sont réalisées sans erreur
	4.1.5. Effectuer les opérations de contrôle Réaliser l'état de rapprochement bon de commande/livraison	Le contrôle est effectué, les anomalies signalées et les actions correctives réalisées sans erreur
Dans le cadre : - d'une unité commerciale (magasin ou espace de vente limité à la zone de responsabilité) - d'un contexte professionnel d'un secteur donné - d'une situation de travail réelle, reconstituée ou simulée	**C 4.2. Gérer les produits dans l'espace de vente**	Dans le respect strict : - de la réglementation en vigueur - des règles d'hygiène, de sécurité - des consignes de travail données la gestion des produits est effectuée conformément aux préconisations de l'unité commerciale
Avec : -des plans types -le mobilier -les produits -le matériel de balisage et d'étiquetage -le matériel de protection **À partir :** -de consignes et procédures -de normes d'hygiène et de règles de sécurité	**4.2.1. Implanter les produits** Participer à l'aménagement ou au réaménagement du rayon Préparer les produits à la vente Implanter les produits dans le linéaire Effectuer les opérations de balisage Réagir et corriger les anomalies	-L'aménagement ou le réaménagement est effectué en adéquation avec les consignes -L'application du planogramme permet un rangement correct sur la surface de vente ; les préconisations sont respectées et adaptées à la situation -La préparation des produits à la vente et leur installation répondent aux préconisations

-des éléments constitutifs de la signalétique -des préconisations de l'enseigne -des planogrammes -de la réglementation sur l'étiquetage		-Les anomalies sont relevées et corrigées
Avec : -les produits -le mobilier de présentation -le cahier de démarque (support informatisé ou non) **À partir :** - de la réglementation - des préconisations de l'enseigne - des règles d'hygiène et de sécurité - des règles de certification qualité	**4.2.2. Garantir l'état marchand des produits** Diagnostiquer l'état marchand : -contrôler la mise en rayon, la propreté, le balisage et l'information « produits » -vérifier l'application des règles d'hygiène et de sécurité -vérifier l'application de la certification « qualité », le cas échéant Identifier l'action corrective à mettre en place Réaliser les tâches immédiates à effectuer dans le cadre du maintien de la présentation, de la conservation des produits et de leur protection Relever la démarque connue (par jour, par semaine, par mois)	-Le diagnostic est réalisé et les mesures correctives apportées -Les produits proposés à la vente respectent les règles d'hygiène et de sécurité en vigueur -Les éléments relatifs à la démarque sont enregistrés sans erreur
Avec : - les produits - un logiciel de gestion commerciale **À partir :** -des indicateurs de gestion -des résultats -des relevés de prix -des préconisations de l'enseigne	**4.2.3. Participer à la gestion des produits** • Qualifier les produits présentés dans le point de vente (permanents, saisonniers, promotionnels) • Mesurer les résultats des produits présentés (chiffre d'affaires, marge, profit escompté) : -calculer les ventes moyennes (hebdomadaires, mensuelles) -déterminer le taux de concrétisation • Analyser les résultats et faire des propositions pour les améliorer	-Les produits permanents, saisonniers et promotionnels sont bien repérés -Le raisonnement est cohérent -Les calculs sont justes -Les suggestions sont pertinentes et justifiées

Avec : - les documents de saisie (informatisés ou non) - les outils d'aide à la décision (graphiques, statistiques, ratios..) - un logiciel de gestion commerciale **À partir :** -de consignes et procédures de travail -de documents de suivi -des indicateurs de suivi -des documents de gestion commerciale (bon de livraison, bon de commande, état des stocks, état des ventes) -des cadenciers automatisés ou non	**4.2.4. Gérer les stocks** • Déterminer la date de passation des commandes • Détecter et signaler les ruptures et/ou les surstocks • Effectuer le suivi des stocks : - calculer le stock moyen - calculer le coefficient de rotation et déterminer la durée de stockage • Faire des propositions pour : - remédier aux ruptures et/ou aux surstocks - améliorer la gestion du stock	-La date de passation de commande est définie compte tenu des différents paramètres de gestion : stock minimum, délai de livraison, quantités vendues… -Les ruptures et/ou les surstocks sont repérés -Les calculs relatifs à la gestion des stocks sont effectués sans erreur -Les propositions avancées sont adaptées à la situation
Avec : - les produits - des plans d'inventaire - des fiches de comptage - du matériel d'inventaire - des états et documents d'inventaire - des outils informatiques **À partir :** - de consignes et de procédures	**4.2.5. Participer à la préparation et à la réalisation de l'inventaire** • Participer à la mise en place de l'inventaire dans le point de vente • Compter les produits et renseigner la fiche de comptage • Rapprocher stock physique et stock théorique • Valoriser la démarque inconnue et/ou la sur-marque • Analyser les conséquences générées par la démarque et proposer des solutions • Constater la sur-marque	-Les zones à inventorier sont définies en cohérence avec la technique de comptage -Les comptages sont effectués sans erreur et les documents correctement renseignés -Les calculs sont corrects -Les solutions proposées sont pertinentes -La sur-marque est enregistrée correctement

Dans le cadre : -d'une unité commerciale (magasin ou espace de vente limité à la zone de responsabilité) -d'un contexte professionnel d'un secteur donné -d'une situation de travail réelle, reconstituée ou simulée -d'un environnement juridique et réglementaire	**C 4.3. Participer à la gestion de l'unité commerciale**	Dans le respect strict : - de la réglementation en vigueur - des règles d'hygiène, de sécurité - des consignes de travail données la participation à la gestion de l'unité commerciale est conforme aux préconisations
Avec : - un logiciel de gestion commerciale ou un tableur	**4.3.1. Mesurer les performances commerciales d'une promotion, d'une animation, d'une tête de gondole et faire des propositions**	Les raisonnements sont cohérents, les calculs justes
A partir : - des préconisations de l'enseigne - des relevés de prix - des résultats (chiffre d'affaires, marge brute, quantités vendues unitaires et globales…) - des chiffres clés de la profession - de la liste des ratios utilisés dans l'unité commerciale	**4.3.2 Mesurer l'attractivité d'une unité Commerciale** Exploiter les informations relatives à la zone de chalandise de l'unité commerciale Calculer les ratios du linéaire : indice de sensibilité à la marge, au chiffre d'affaires Mesurer les performances commerciales en calculant l'indice de passage, d'attractivité, le panier moyen… Comparer les chiffres par rapport à l'environnement commercial (profession, concurrence) Proposer des modifications ou des améliorations dans l'implantation des produits Faire des propositions pour améliorer les résultats	-Les informations sélectionnées permettent de préciser la zone de chalandise -Les raisonnements sont cohérents, les calculs justes -Les comparaisons sont exploitables et les suggestions pertinentes et justifiées

Avec : -les indicateurs de gestion ou ratios de gestion de surface -les tableaux de bord -les informations chiffrées du rayon -un logiciel de gestion commerciale **A partir :** -d'objectifs quantitatifs et qualitatifs -de données chiffrées (volume, marge, CA…) -du tableau de bord	**4.3.3. Comparer les objectifs aux réalisations** • Interroger les bases de données • Renseigner le tableau de bord • Déterminer les écarts entre les objectifs et les résultats • Analyser les écarts constatés • Rendre compte des écarts constatés • Participer à la prise de décision	-Les fonctionnalités du logiciel sont correctement mises en œuvre -Les éléments constitutifs du tableau de bord sont repérés, et celui-ci est correctement renseigné -Les écarts sont calculés et explicités -Les comparaisons sont pertinentes et justifiées -Les propositions sont exploitables
Dans le cadre : -d'une unité commerciale (magasin ou espace de vente limité à la zone de responsabilité) -de l'aménagement de tout ou partie de l'espace de vente d'une situation de travail réelle ou simulée -des préconisations	**4.4. Participer à la gestion et à la prévention des risques**	Dans le respect : - de la réglementation en vigueur - des règles d'hygiène et de sécurité - de la politique du point de vente - des consignes données L'attitude de prévention est effective et permanente
À partir : - des extraits du code du travail et les décrets d'application - de la convention collective applicable à la branche - du règlement intérieur de l'entreprise - du document unique - de consignes - de la réglementation en vigueur, et notamment, le cas échéant, du livret d'accueil sécurité	**4.4.1. Appliquer les règles d'hygiène et de sécurité liées au personnel et face aux clients** • Respecter strictement les règles d'hygiène et de sécurité • Détecter les dysfonctionnements, les incidents, les anomalies • Prendre des mesures conservatoires • Alerter le responsable • Actualiser les règles d'hygiène • Veiller au respect des règles d'hygiène et de sécurité par le client	-Les règles sont strictement respectées -Les dysfonctionnements, les anomalies sont repérés -Les mesures prises répondent à l'urgence de la situation (mise en sécurité) -Les informations transmises sont fiables -Le suivi des règles d'hygiène est effectué régulièrement

Avec : - les équipements - les produits **A partir :** -de consignes -de documents techniques (équipements) -des contraintes réglementaires, le guide des bonnes pratiques (secteur de l'alimentation)	**4.4.2. Appliquer les règles d'hygiène et de sécurité liées au personnel et aux équipements et aux locaux** • Respecter les règles d'hygiène et de sécurité • Détecter les dysfonctionnements, les incidents, les anomalies • Prendre des mesures conservatoires • Alerter le responsable • Actualiser les règles d'hygiène • Veiller au respect des règles d'hygiène et de sécurité par le client	-Les règles sont respectées -L'application de la réglementation est vérifiée, les irrégularités sont relevées et signalées -Les procédures prévues sont appliquées -Le contrôle est effectué systématiquement -Les mesures prises répondent à l'urgence de la situation (mise en sécurité) -Les propositions sont pertinentes -Les modifications apportées sont en cohérence avec la réglementation en vigueur

C5. SUIVRE ET FIDELISER LA CLIENTELE		
DONNÉES	**ACTIONS**	**INDICATEURS DE PERFORMANCE**
C 5.1 - Exécuter les tâches consécutives aux visites		
Dans le cadre : - d'un contexte professionnel donné, - d'un environnement informatique et téléphonique donné, - d'une situation de travail réelle, reconstituée ou simulée, - d'entretiens avec le responsable des ventes, - de réunions avec l'équipe de vente. **Avec :** - des outils d'information et de communication (téléphone fixe ou mobile, télécopieur, micro-ordinateur multimédia avec accès Internet), - des logiciels de bureautique de base, de PréAO et de gestion de clientèle spécifiques (suivi de clientèle), - un agenda et une messagerie électroniques. **A partir :** - des visites réalisées, - des fichiers clients, - des bons de commandes, - des factures, - des fiches de réclamation - des documents de suivi, - des plannings de livraison et de mise en service.	**5.1.1. Constituer ou tenir à jour les documents de suivi des visites** • Créer ou compléter des fiches clients Rédiger des comptes rendus de visite, des rapports d'activités • Établir des états de frais	- Les fiches créées comportent les rubriques nécessaires au suivi du client - Les fiches sont complétées en conformité avec les rubriques présentées - Les comptes rendus et rapports d'activités sont rédigés de façon synthétique et précise - Les états de frais sont renseignés - Les documents sont actualisés et complets
A partir : - de supports de présentation. **Avec :** - des outils de présentation et/ou de communication.	**5.1.2. Assurer la remontée de l'information** Sélectionner les informations et les mettre en forme Les transmettre aux personnes concernées	- Les remarques, les réclamations et les propositions de solutions sont classées, hiérarchisées et transmises au bon interlocuteur (chef des ventes, responsables des achats, fournisseurs …), par le canal le plus approprié (télécopie, courrier électronique, téléphone, de vis à vis lors de réunions…). - L'information transmise est synthétique, précise et argumentée.

C 5.2 - Suivre l'exécution : . des commandes . des livraisons . de la mise en service . du paiement		
	5.2.1. Transmettre les bons de commande au service concerné	- Les bons de commande sont transmis au service adéquat dans les délais de rigueur par le canal le plus approprié (télécopie, courrier électronique, téléphone …).
	5.2.2. Contrôler en liaison avec les services concernés de l'entreprise, le déroulement des livraisons, la mise en service des produits commandés et leur paiement	- Les éventuelles anomalies sont identifiées, signalées au service concerné et traitées dans un souci de respect des engagements pris avec le client. - Le suivi est adapté à la nature de la commande
C 5.3 - Assurer le suivi et la fidélisation du client		
Avec : - des outils d'information et de communication (téléphone fixe ou mobile, télécopieur, micro-ordinateur multimédia avec accès Internet), - des logiciels de bureautique de base (traitement de texte, base de données, tableur) et de gestion de clientèle spécifiques (suivi de clientèle), - un agenda et une messagerie électroniques. **A partir :** - des résultats des ventes, - des commandes, - des fichiers clients, - d'objectifs, - des éléments de la politique commerciale de l'entreprise.	**5.3.1. Effectuer les relances clients** • Contrôler • Repérer la date de relance • Réaliser la démarche de relance	Les relances clients sont hiérarchisées et effectuées au moment opportun par le canal le plus approprié (télécopie, courrier électronique, téléphone, de vis à vis …), en mettant en œuvre des techniques de communication et/ou relationnelles adaptées
	5.3.2. Effectuer des ventes de réapprovisionnement • Repérer la date de réapprovisionnement • Prendre contact avec le client • Réaliser l'opération	Les ventes de réapprovisionnement sont déclenchées au moment opportun par le canal le plus approprié (télécopie, courrier électronique, téléphone, de vis à vis …), en mettant en œuvre des techniques de communication et/ou relationnelles adaptées

Avec : - des outils d'information et de communication (téléphone fixe ou mobile, télécopieur, micro-ordinateur multimédia avec accès Internet), - des logiciels de bureautique de base (traitement de texte, base de données, tableur) et de gestion de clientèle spécifiques (suivi de clientèle), - un agenda et une messagerie électroniques. **A partir :** - des contacts clients, - des résultats des ventes, - des commandes, - des fichiers clients, - d'objectifs, - des éléments de la politique commerciale de l'entreprise.	**5.3.3. Mener une action permanente du suivi de la satisfaction de sa clientèle** • Collecter les informations • Mesurer le degré de satisfaction des clients • Dégager les écarts significatifs • Proposer des améliorations	- Le recueil de l'appréciation de ses clients sur les opérations antérieures est organisé (collecte des réclamations, analyse des retours, contacts directs …) - Une mesure fiable de la satisfaction de sa clientèle est obtenue, des statistiques sont établies, les points forts et les points faibles de l'entreprise et de sa propre pratique sont dégagés - Des solutions d'amélioration réalistes sont proposées
	5.3.4. Exploiter des opérations ponctuelles de fidélisation de la clientèle organisées par l'entreprise : **-enquêtes de satisfaction,** **-supports de fidélisation,** **-événements commerciaux (animations chez les clients, foires, salons…).** • Collecter les résultats • Réaliser l'argumentation • Présenter les supports de fidélisation • Recueillir les informations et les exploiter	- Les résultats significatifs sont repérés et utilisés dans l'argumentation auprès des clients - Les supports de fidélisation (cartes de fidélité, promotions, cadeaux…) sont présentés au client et argumentés - L'accueil des clients invités aux événements commerciaux est pris en charge de façon spécifique, les informations recueillies à cette occasion sont exploitées

C 5.4 - Analyser les résultats du suivi et de la fidélisation de sa clientèle		
Avec : - des outils d'information et de communication (téléphone fixe ou mobile, télécopieur, micro-ordinateur multimédia avec accès Internet), - des logiciels de bureautique de base (traitement de texte, base de données, tableur) et de gestion de clientèle spécifiques (suivi de clientèle), - un agenda et une messagerie électroniques. **A partir :** - du relevé des réclamations des clients, - des résultats des ventes, - des commandes, - des fichiers clients, - d'objectifs, - des éléments de la politique commerciale de l'entreprise.	**5.4.1. Exploiter les informations issues de ses fichiers clients**	Les clients sont classés par catégorie selon des critères précis (rentabilité, chiffre d'affaires, fréquence de commandes, montant moyen…)
	5.4.2. Proposer des modalités de suivi et de fidélisation de sa clientèle	Une approche commerciale adaptée aux orientations commerciales de l'entreprise est proposée pour chaque catégorie de clients de son portefeuille : fréquence des visites, remises, conditions particulières, actions promotionnelles, cadeaux, cartes privilèges …
C 5.5 - Effectuer le suivi de son activité et de ses résultats		
Avec : - des outils d'information et de communication (téléphone fixe ou mobile, télécopieur, micro-ordinateur multimédia avec accès Internet), - des logiciels de bureautique de base (traitement de texte, base de données, tableur) et de gestion de clientèle spécifiques (suivi de clientèle), - un agenda et une messagerie électroniques. **A partir :** - des résultats des ventes, - des commandes, - des fichiers clients, - d'objectifs, - des éléments de la politique commerciale de l'entreprise, - du tableau de bord, - des états de frais.	**5.5.1. Mettre à jour son tableau de bord d'activité et calculer ses résultats**	Le tableau de bord est complété, les calculs nécessaires à la production de ses résultats sont correctement effectués : -Chiffre d'affaires -Marge commerciale -Coût des visites -Rentabilité -Ratios d'activité -Taux d'évolution -Mesure des écarts avec les objectifs initiaux …

	5.5.2. Exploiter les informations issues de son tableau de bord d'activité	- L'analyse du tableau de bord est réalisée ; les points forts et les points faibles de son activité sont identifiés, les causes des écarts avec les objectifs sont repérées
	5.5.3. Déterminer les éventuelles corrections à apporter à son activité pour améliorer ses résultats	- L'appréciation de ses résultats est justifiée - Des solutions d'amélioration réalistes sont proposées.
C 5.6 - Rendre compte du suivi de son activité et de ses résultats lors : . d'entretiens avec le chef des ventes . de réunions de l'équipe de vente		
Avec : - des outils informatiques (micro-ordinateur multimédia et périphériques), des logiciels de bureautique de base et de PréAO. - des supports (diaporama, tableaux, graphiques…) et des outils de présentation (micro-ordinateur multimédia, vidéo projecteur, rétroprojecteur …).	**5.6.1. Produire une synthèse écrite**	La production écrite répond à des critères de qualité et de rigueur, elle met en évidence les informations essentielles sur le suivi de son activité et de ses résultats
	5.6.2. Présenter oralement cette synthèse - présenter les éléments à mettre en valeur - Utiliser les outils audio-visuels	La communication orale est structurée et répond à des critères de qualité (expression verbale et non verbale) ; elle est fidèle aux activités menées et aux résultats obtenus ; elle s'appuie sur des données qualitatives et quantitatives, elle est renforcée par l'utilisation judicieuse d'outils de communication et de documents.

SAVOIRS PROFESSIONNELS

II. SAVOIRS PROFESSIONNELS

A. Liste des modules

NUMERO DE MODULE	INTITULE DU MODULE
M01	Univers du Commerce au Maroc
M02	Prospection de la clientèle
M03	Techniques de vente
M04	Télévente
M05	Marketing
M06	Introduction au Droit Commercial
M07	Documents et Calculs commerciaux
M08	Gestion de la Relation Client
M09	Gestion des Approvisionnements
M10	Merchandising
M11	Promotion des ventes
M12	Gestion de la Caisse
M13	e-business
M14	Logiciel de Gestion Commerciale
M15	Création d'entreprise
M16	Stage en entreprise

Module M01 : Univers du Commerce au Maroc	
À partir du vécu quotidien des stagiaires, redécouvrir le commerce et le commerce au Maroc : l'organisation, les types, les métiers, les formations, les concepts, les lois, les administrations, les effets, les résultats, etc. et ce, sans entrer dans les détails théoriques.	
PRÉCISIONS	**Éléments de contenu**
1. Généralités sur le commerce	1.1. Définition du commerce 1.2. Champ du commerce 1.3. Histoire du commerce : origines, dynamique, évolution… 1.4. Commerce et relations avec les autres domaines 1.5. Fonctions du commerce 1.6. Concepts liés au commerce 1.7. Métiers du commerce (*Énoncer. Sera développé plus loin*) 1.8. Types de commerce (*Énoncer. Sera développé plus loin*)
2. Le commerce au Maroc	2.1. Histoire 2.2. Les types : ✓ Le commerce traditionnel ✓ Le commerce de proximité ✓ Le commerce de gros/le commerce de détail ✓ Le commerce moderne (Énoncer. Sera développé plus loin) ✓ Le commerce électronique (Énoncer. Sera développé plus loin) ✓ Le commerce intérieur ou domestique ✓ Le commerce extérieur ✓ Le commerce formel/le commerce informel ✓ Le commerce légal/illégal ✓ Etc. 2.3. Les législations liées au commerce 2.4. Les ministères et autres administrations liées au commerce 2.5. La stratégie ''Rawaj''…
3. La distribution moderne au Maroc	Les grandes surfaces au Maroc : 3.1. Genèse ; 3.2. Spécialisation ; métiers ; positionnement… 3.3. Localisation ; cartographie… 3.4. Perspectives de développement…
4. Les métiers de commerce au Maroc	4.1. Les métiers de vente 4.2. Les métiers de marketing 4.3. Les métiers support 4.4. Les métiers d'encadrement 4.5. Les métiers d'exécution 4.6. Les métiers front office/back office…

5. Les formations aux métiers de commerce au Maroc	5.1. Initiale/Continue 5.2. Diplômante/Qualifiante 5.3. Professionnelle/Académique 5.4. Résidentielle/Alternée 5.5. Secondaire/Supérieure 5.6. Polyvalente/Généraliste 5.7. Offre OFPPT 5.8. Offre MEN-OFPPT : bacpro en Commerce…

Module M02 : Prospection de la clientèle	
PRÉCISIONS	**ÉLÉMENTS DE CONTENU**
A. Délimiter le territoire de vente	1.1. Déterminer les secteurs offrant un bon potentiel de prospection 1.2. Évaluer le temps nécessaire à la prospection d'un territoire donné 1.3. Planifier le trajet
B. Cibler la clientèle potentielle	2.1. Adéquation entre les caractéristiques de la clientèle et le produit ou le service offert
C. Constituer un fichier de clients potentiels	3.1. Inscription correcte des données collectées 3.2. Application correcte d'une méthode de classement
D. Préparer le dossier produit	4.1. Collecter les informations sur les caractéristiques et avantages du produit 4.2. Choisir les sources de renseignement 4.3. Clarifier le contenu du dossier pour la présentation face au client 4.4. Analyser objectivement le dossier produit
E. Choisir la démarche à effectuer auprès des clients potentiels	5.1. Choisir le type de prospection 5.2. Choisir les moyens et le moment appropriés pour entrer en contact avec une cliente ou un client potentiel
F. Prendre des rendez-vous avec des clientes et des clients potentiels	1.1. Respecter les règles de la correspondance commerciale 1.2. Avoir une exactitude et une lisibilité des renseignements consignés à l'agenda en rapport avec la démarche à effectuer 1.3. Mettre à jour la fiche prospect/client
G. Visiter les clients potentiels	7.1. Calculer le nombre de visites optimal 7.2. Appliquer les techniques de vente 7.3. Mettre à jour les fichiers prospects
H. Planifier la relance des clients potentiels.	8.1. Choisir les moments opportuns
I. Transmettre de la rétroaction à l'entreprise	9.1. Rédaction d'un rapport complet contenant des renseignements relatifs : 9.1.1. aux démarches de prospection effectuées ; 9.1.2. aux résultats obtenus ; 9.1.3. aux moyens de relance à privilégier. 9.2. Respect des normes de présentation d'un rapport et des règles d'écriture

Module M03 : Techniques de vente	
PRÉCISIONS	**ÉLÉMENTS DE CONTENU**
A. Accueil commercial dans le PDV	
1. Être présentable et en cohérence avec l'activité et l'image de l'entreprise	1.1. S'habiller conformément au positionnement du magasin et en harmonie avec celui-ci 1.2. Assurer la propreté et l'organisation du magasin : 1.2.1. Nettoyer le magasin avant son ouverture ; 1.2.2. Ranger les rayons ; 1.2.3. Bien exposer les produits et les mettre en valeur ; 1.2.4. Aérer le magasin ; 1.2.5. Décorer le magasin…
2. Manifester des attitudes qui permettent au client de se sentir bien accueilli	2.1. Sourire et regarder tous les clients qui entrent au magasin 2.2. Adopter les bonnes postures, avoir les bons gestes
3. S'approcher du client qui entre au magasin	3.1. Assurer une intervention immédiate quand le client a besoin de conseil 3.2. Assurer une intervention différée quand le client veut juste regarder
4. Intervenir pour assister et conseiller le client	4.1. Donner aux clients toutes les informations qu'ils recherchent 4.2. Poser des questions pour mieux comprendre son besoin 4.3. Écouter le client 4.4. Orienter le client vers son besoin
5. Répondre aux éventuelles questions du client	5.1. Montrer le produit au client 5.2. Tenir le produit dans sa main et le faire regarder de tous ses angles 5.3. Faite toucher le produit par le client 5.4. Faire tester, sentir, déguster, essayer le produit par le client
6. Mettre en valeur le produit	6.1. Faire de l'Up-selling 6.2. Proposer des emballages cadeaux, des accessoires… 6.3. Proposer la carte de fidélité
7. Accompagner le client à la caisse	7.1. Remercier le client de sa visite 7.2. Proposer d'aider le client à porter ses achats 7.3. Inviter le client à revenir au magasin 7.4. Informer le client des futures promotions, soldes, des nouveautés…
8. Accompagner le client à la sortie du magasin	8.1. Remercier le client de sa visite 8.2. Proposer de l'aider porter ses achats 8.3. L'invité à revenir au magasin 8.4. L'informer de futures promotions, soldes, des nouveautés…

B. La Vente	
9. Acquérir les attitudes et comportements professionnels	9.1. Sourire 9.2. Empathie 9.3. Écoute 9.4. Disponibilité 9.5. Sympathie 9.6. Sens du relationnel…
10. Comprendre la typologie et la psychologie du client	10.1. Se mettre à la place de son client. Pour cela, il faut identifier : 10.1.1. La psychologie de son client (son SRS, son état du moi…) 10.1.2. La typologie de son client (ses motivations, ses attentes, son caractère dominant…)
11. Se préparer à l'entretien de vente	11.1. Préparer les informations sur le client : 11.1.1. Son entreprise, le poste occupé 11.1.2. Son pouvoir de décision 11.1.3. L'historique d'achat… 11.2. Sa psychologie 11.3. Se préparer physiquement et mentalement : 11.4. Être présentable 11.5. Avoir toute la documentation et outils indispensables à la vente…
12. Prendre contact avec son client	12.1 Fixer un rendez-vous 12.2 Être ponctuel 12.3 Respecter la loi des 4 x 20 12.4 Donner le but de la visite
13. Découvrir les besoins et motivations du client	13.1. Poser des questions 13.2. S'intéresser au client ; l'écouter 13.3. Reformuler les propos du client 13.4. Noter les besoins découverts 13.5. Découvrir les motivations en utilisant la méthode SONCAS
14. Présenter l'offre et argumenter	14.1. Présenter l'entreprise 14.2. Construire des arguments solides et personnalisés 14.3. Réaliser des démonstrations 14.4. Utiliser les illustrations
15. Vendre le prix	15.1. Utiliser les techniques de présentation du prix : 15.1.1. Technique SANDWICH 15.1.2. Technique QUEUE DE POISSON…
16. Traiter les objections	16.1. Écarter les objections du client en choisissant la bonne parade par les techniques de : 16.1.1. l'addition, 16.1.2. la soustraction,

	16.1.3. l'effritement, 16.1.4. le oui-mais, 16.1.5. l'affaiblissement… 16.2. Adopter la bonne attitude face aux objections
17. Conclure l'entretien de vente	17.1. Identifier les signaux d'achat 17.2. Choisir la technique de conclusion adaptée au type de client 17.3. Prendre congé
18. Faire un suivi après-vente	18.1. Appliquer l'approche client grâce à la relation gagnant-gagnant 18.2. Mettre à jour la fiche client 18.3. Mettre en place un Service après-vente efficace 18.4. Choisir judicieusement les techniques de fidélisation
19. Fournir un service de qualité	19.1. Comprendre l'intérêt de la qualité dans une entreprise : 19.1.1. Qualité du produit 19.1.2. Qualité du service 19.2. Observer des exemples concrets de qualité et de non-qualité du service à l'intérieur de l'entreprise 19.3. Proposer des améliorations pour accroître la qualité du service 19.4. Avoir les attitudes et comportements liés à l'approche qualité

Module M04 : Télévente	
PRÉCISIONS	**ÉLÉMENTS DE CONTENU**
1. Maîtriser les techniques téléphoniques	1.1 Manier le téléphone 1.2 S'exprimer au téléphone (voix, sourire, choix des phrases…) 1.3 S'adresser à son interlocuteur 1.4 Accrocher son interlocuteur
2. Rédiger un script téléphonique	2.1. Prendre en considération les étapes de la vente 2.2. Choisir les bonnes techniques de vente 2.3. Rédiger un script de qualité
3. Appeler le client	3.1. Choisir une formule d'introduction appropriée 3.2. Utiliser un capteur d'attention 3.3. Respecter les règles de la courtoisie. 3.4. Respecter le délai prévu dans le script 3.5. Respecter la méthode CROC 3.6. Consigner les informations convenues avec le client
4. Déterminer les besoins du client	4.1. Choisir les questions à poser 4.2. S'intéresser au client 4.3. Reformuler les besoins
5. Présenter le produit ou le service	5.1. Choisir les arguments de vente 5.2. Respecter le contenu du script
6. Fournir des réponses aux objections	6.1. Traiter l'objection 6.2. Choisir la réponse en tenant compte du script.
7. Conclure une vente par téléphone	7.1. Utiliser la technique de conclusion 7.2. Remplir la fiche-client (commande/date de RDV…) 7.3. Utiliser une formule de courtoisie pour terminer la conversation. 7.4. Laisser le client raccrocher en premier 7.5. Remonter l'information au service concerné
8. Utiliser les nouvelles technologies dans la vente	8.1. Utiliser la messagerie internet pour communiquer avec le client (avant ou après l'appel selon la situation) 8.2. Mettre à jour la base de données client.

Module M05 : Marketing	
PRÉCISIONS	**ÉLÉMENTS DE CONTENU**
1. Généralités sur le marketing	1.1. Définition (s) du marketing 1.2. Champ (s) du marketing 1.3. Genèse du marketing 1.4. Évolution historique du marketing : de l'optique production à l'optique marketing… 1.5. Rôle et importance d'une approche marketing pour l'entreprise 1.6. Fonction marketing par rapport à la structure organisationnelle de l'entreprise 1.7. Concepts de base liés au marketing 1.8. Approche Marketing
Marketing Étude	
2. Comprendre le marché : Le Système Marché	2.1. Définition du système marché 2.2. Schéma du système marché 2.3. Acteurs du marché : *2.3.1. Clients* *2.3.2. Acheteurs* *2.3.3. Consommateurs* *2.3.4. Utilisateurs* *2.3.5. Influenceurs* *2.3.6. Distributeurs* *2.3.7. Concurrents* 2.4. Autres facteurs de l'environnement : *2.4.1. Démographiques* *2.4.2. Économiques* *2.4.3. Sociaux* *2.4.4. Culturels* *2.4.5. Politiques* *2.4.6. Juridiques* *2.4.7. Technologiques* 2.4.8. *Internationaux*

Comprendre le marché : Les études de marché	2.5. Les études du marché : *2.5.1. Buts et objectifs* *2.5.2. Types d'informations à collecter* *2.5.3. Types d'études :* 2.5.3.1. Documentaires 2.5.3.2. Quantitatives 2.5.3.3. Qualitatives *2.5.4. Outils d'études :* 2.5.4.1. Enquête par sondage 2.5.4.2. Autres types d'enquêtes : 2.5.4.2.1. Usage et attitudes 2.5.4.2.2. Répétitives : baromètres et panels 2.5.4.2.3. Qualitatives *2.5.5. Panels* 2.5.5.1. Panel Consommateurs 2.5.5.2. Panel Distributeurs 2.5.5.3. Panel Conjoint « source unique » *2.5.6. Internet*
3. Comprendre le comportement du client	3.1 Variables explicatives psychologiques : *3.1.1 Besoins* *3.1.2 Motivations* *3.1.3 Attitudes* *3.1.4 Personnalité/image de soi* *3.1.5 Typologie* 3.2 Variables explicatives sociologiques et culturelles : *3.2.1 Famille* *3.2.2 Genre/sexe* *3.2.3 Groupe* *3.2.4 Classe sociale* *3.2.5 Style de vie* *3.2.6 Autres variables culturelles* 3.3 Processus de décision et d'achat
Marketing Stratégique	
4. Prendre les décisions stratégiques	4.1. La Segmentation (marché, clients) 4.2. Le Ciblage 4.3. Le Positionnement 4.4. La Marque
Marketing Opérationnel	
5. Mettre en œuvre le marketing opérationnel	1.1. Le marketing-mix 1.2. La politique du produit 1.3. La politique du prix 1.4. La politique de distribution 1.5. La politique de communication

6. La politique du produit	1.1. Définition produit, bien, service, offre… 1.2. Design, packaging… 1.3. Services liés au produit 1.4. Cycle de vie produit/marché 1.5. La gamme 1.6. Lancement de nouveaux produits
7. La politique du prix	2.6. Importance du prix dans le mix-marketing 2.7. Facteurs influençant la fixation du prix 2.8. Fixation de prix à partir : 2.8.1. des coûts 2.8.2. de la concurrence 2.8.3. de la demande 2.9. Nouveaux concepts : low-cost, e-commerce, internet, réseaux sociaux…
8. La politique de distribution	8.1. Définition de la distribution 8.2. Importance de la distribution 8.3. Fonctions de la distribution 8.4. Circuit de distribution 8.5. Canal de distribution 8.6. Modes de distribution 8.7. Rémunération de la distribution 8.8. Paysage ou configuration du secteur de la distribution 8.9. Assortiment 8.10. Référencement 8.11. Marketing de distribution 8.12. E-commerce et la distribution multicanale 8.13. La FDV (Force de vente) 8.14. Le Merchandising

9. La politique de communication	9.1. Définition du Système Communication 9.2. Communication Médias : La Publicité *9.2.1. Définition* *9.2.2. Acteurs* *9.2.3. Annonceur* *9.2.4. Agence* *9.2.5. Autres* *9.2.6. Briefing* *9.2.7. Copy stratégie* *9.2.8. Médias, stratégie médias, médias planning* *9.2.9. Évaluation à posteriori : étude impact et efficacité de campagnes* 9.3. Communication Hors-Médias *9.3.1. Promotion des ventes* *9.3.2. Marketing direct* *9.3.3. Relations publiques* *9.3.4. Communication événementielle* *9.3.5. Parrainage,* *9.3.6. Sponsoring,* *9.3.7. Mécénat* *9.3.8. Relations presse,* 9.3.9. *E-mailing*
10. Organisation du département marketing	10.1. Position hiérarchique dans l'organigramme 10.2. Attributions 10.3. Types d'organisation : par produits, marchés, marques (brand), zones géographique, etc. 10.4. Sélection de profils à connaitre : brand manager, chef de produit, chef de vente, etc.

Module M06 : Introduction au Droit Commercial	
PRÉCISIONS	**ÉLÉMENTS DE CONTENU**
2. Notions de droit	2.1. La définition du Droit 2.2. La règle de Droit 2.3. Le Droit et les droits 2.4. Le droit objectif et droit subjectif 2.5. Les Branches du Droit
3. Les sources de droit	3.1. Les Sources directes du Droit 3.2. Les Sources indirectes du Droit
4. L'organisation judiciaire au Maroc	4.1. Les juridictions 4.2. Le corps judiciaire
5. Les personnes et les biens	5.1. La personnalité juridique 5.2. Les biens et les droits
6. Les obligations et les contrats : le D.O.C. *Dahir (9 ramadan 1331) formant Code des obligations et des contrats (B.O. 12 septembre 1913).*	6.1. Le D.O.C. 6.2. Le régime juridique des obligations 6.3. Le régime juridique des contrats
7. Le Code de Commerce marocain : Loi n° 15-95 *Bulletin officiel n° 4418 du 19 joumada I 1417 (3 octobre 1996)* *Dahir n° 1-96-83 du 15 rabii 1417 (1er août 1996) portant promulgation de la loi n° 15-95 formant code de commerce*	1.1. Objet/Champ du Code de Commerce marocain : 1.2. La composition du code de commerce : 1.2.1. Livre I : Le commerçant ; 1.2.2. Livre II : Le fonds de commerce ; 1.2.3. Livre III : Les effets de commerce ; 1.2.4. Livre IV : Les contrats commerciaux ; 1.2.5. Livre V : Les difficultés de l'entreprise ;
2. Le commerçant	2.1. La capacité commerciale 2.2. Les obligations du commerçant
3. Le fonds de commerce	3.1. Les éléments constitutifs du fonds de commerce et sa protection juridique 3.2. Les opérations sur le fonds de commerce
4. Les Moyens de paiement	4.1. Liste des moyens de paiement *Cette rubrique sera développée ultérieurement dans un module dédié : M12 Gestion de la caisse*
5. Les relations de l'entreprise avec son environnement	5.1. Contrats de vente 5.2. Contrats de transport 5.3. La Propriété Industrielle et Commerciale 5.4. La loi sur la concurrence 5.5. La protection du consommateur

Module M07 : Documents et Calculs commerciaux	
PRÉCISIONS	**ÉLÉMENTS DE CONTENU**
A. Documents Commerciaux	
1. Rappel sur le cycle de l'exploitation	1.1. Le cycle d'exploitation ; 1.2. La Naissance et l'importance des documents afférents aux différentes phases du cycle d'exploitation. 1.3. Distinction entre documents commerciaux et documents non commerciaux
2. Les documents commerciaux	*Pour chaque document ci-après :* ✓ *Définition ?* ✓ *Obligation ?* ✓ *Utilité ?* ✓ *Mentions ?* ✓ *Modèles ?* 2.1 La demande de prix 2.2 L'appel d'offres AO 2.3 L'offre de prix 2.4 La facture proforma 2.5 Le devis 2.6 Le tableau de comparaison d'offres 2.7 Les conditions générales de vente CGV 2.8 Le Bon de commande BC 2.9 Le bulletin de commande 2.10 La note d'envoi ou le bon de livraison BL 2.11 Le bon d'enlèvement 2.12 Le bon de réception BR 2.13 Le bon de retour 2.14 Le bon de consignation 2.15 La facture, Invoice : 2.15.1 Facture doit sans réduction et majorations ; 2.15.2 Facture doit avec réductions et majoration de la TVA ; 2.15.3 Facture doit avec frais de transport assuré par un tiers ; 2.15.4 Facture doit avec frais de transport assuré par le fournisseur ; 2.15.5 Facture doit avec consignation d'emballages ; 2.15.6 La facture avoir. 2.16 Règlement : 2.16.1 Chèque 2.16.2 Effet de commerce 2.16.3 Reçu 2.17 En interne : 2.17.1 Note de frais 2.17.2 Bon de commande interne 2.17.3 Bon de livraison interne

	2.17.4 Bon de réception interne 2.17.5 Bon de retour interne
B. Calculs Commerciaux	
1. Calculer les remises	1.1. Donner une réponse juste avec la calculette 1.2. Se faire une idée du résultat sans calculette : réponse approximative avec erreur <10 % environ 1.3. Savoir calculer des remises additionnelles
2. Calculer une TVA	2.1. Donner une réponse juste pour calculer la TVA sur un prix hors taxe 2.2. Donner une réponse juste pour calculer la TVA sur un prix TTC 2.3. Donner une réponse juste pour calculer un prix hors taxe à partir d'un prix TTC
3. Calculer *une marge*, un *taux de marge* et un *taux de marque*	3.1. Calculer exactement une marge sur un prix d'achat 3.2. Calculer exactement une marge sur un prix de vente 3.3. En déduire les taux correspondants 3.4. Calculer une marge sur coûts variables 3.5. Calculer un seuil de rentabilité
4. Calculer les prix de ventes en fonction des marges définies	4.1. Calculer exactement le coefficient multiplicateur 4.2. l'appliquer pour déterminer les prix de vente
5. Calculer le montant d'une traite suivant un délai d'échéance retardé ou avancé	5.1. Calculer exactement l'escompte ou les agios en fonction des taux et des délais 5.2. Appliquer à un paiement donné
6. Exécuter les calculs relatifs à la facturation	6.1. Établir la facture « doit » 6.2. Établir la facture « avoir » 6.3. Établir le relevé des factures

Module M08 : Gestion de la Relation Client	
PRÉCISIONS	**ÉLÉMENTS DE CONTENU**
1. Décrire les mesures de fidélisation de la clientèle	1.1. Information régulière des clients sur les nouveautés 1.2. Information régulière des clients sur les promotions périodiques 1.3. Information régulière des clients sur les changements au niveau de l'entreprise (procédures, départ d'un agent commercial...) 1.4. Mesures et initiatives : ristournes, remises, cadeaux, concours, réceptions… 1.5. Visites de contrôle de la satisfaction des clients par rapport aux prestations des agents commerciaux (assurées par le personnel d'encadrement des commerciaux)
2. Décrire le processus de gestion des réclamations de la clientèle	2.1. Création d'un fichier, à part, des clients mécontents 2.2. Détection des raisons de mécontentement de ces clients 2.3. Traitement des réclamations détectées 2.4. Calcul des ratios : taux de réclamations, taux de perte...
3. Gérer la relation clientèle à distance	3.1. Utilisation du téléphone 3.2. Utilisation du courrier 3.3. Utilisation de l'Internet

Module M09 : Gestion des Approvisionnements	
PRÉCISIONS	**ÉLÉMENTS DE CONTENU**
1. Sélectionner les fournisseurs	1.1. Lancer un appel d'offres 1.2. Collecter les propositions 1.3. Dresser le tableau de comparaison 1.4. Choisir le fournisseur le moins disant
2. Effectuer les commandes	2.1. Remplir le cadencier 2.2. Déterminer les quantités à commander 2.3. Préparer et lancer la commande
3. Recevoir la marchandise	3.1. Vérifier la concordance entre la marchandise commandée et la marchandise reçue 3.2. Relever les écarts 3.3. Éditer les bons nécessaires 3.4. Manipuler soigneusement la marchandise
4. Préparer la marchandise	4.1. Respecter les règles d'étiquetage de l'entreprise 4.2. Respecter la réglementation sur l'affichage
5. Stocker la marchandise	5.1. Respecter les lieux et les températures de stockage 5.2. Assurer la propreté des réserves 5.3. Respecter les méthodes de valorisation des sorties appliquées par l'entreprise (FIFO, LIFO, CMUP…)
6. Approvisionner les rayons, les étalages et les présentoirs	6.1. Appliquer la rotation des stocks 6.2. Respecter les méthodes d'étalage de l'entreprise
7. Effectuer des inventaires	7.1. S'assurer de l'exactitude des opérations de comptages, de contrôle et de relevé d'inventaire 7.2. Justifier les écarts relevés
8. Gérer les stocks	8.1. Distinguer les différents niveaux des stocks 8.2. Calculer la rotation des stocks 8.3. Calculer les coûts des stocks 8.4. Déterminer le nombre optimal des commandes selon WILSON 8.5. Gérer les stocks par importance (ABC, 20/80…) 8.6. Déterminer les dates de commandes/dates de livraison

Module M10 : Merchandising	
PRÉCISIONS	**ÉLÉMENTS DE CONTENU**
1. Connaitre le principe du géomarketing	1.1. L'importance du géomarketing dans l'évolution du marketing de la grande distribution
2. Connaitre les enjeux et les techniques d'implantation des points de vente	2.1. Étude de la zone de chalandise 2.2. Établissement de la carte de la zone de chalandise 2.3. Évaluation du potentiel de la zone de chalandise 2.4. Choix de la localisation du point de vente 2.5. Calcul du chiffre d'affaires prévisionnel du point de vente
3. Connaitre et mettre en place le marchéage du point de vente	3.1. La politique du produit 3.2. L'offre de produit : l'assortiment 3.3. L'offre de service 3.4. La politique de prix 3.5. La politique de communication 3.6. Mesure de l'efficacité du point de vente (indicateurs de performance) : Analyse quantitative, Analyse qualitative
4. Décider de l'agencement d'une surface de vente	4.1. Agencement des surfaces de vente 4.2. Construction d'un assortiment 4.3. Implantation des univers, rayons, et/ou catégories de produits
5. Donner des précisions sur l'emplacement des produits	5.1. Les critères quantitatifs et qualitatifs de répartition du linéaire entre les produits 5.2. L'élaboration des plannogrammes 5.3. Le contrôle de l'utilisation du linéaire
6. Évaluer les résultats des ventes	6.1. Détermination et calculs des différents ratios : 6.1.1. - Le taux de rotation 6.1.2. - Le chiffre d'affaire au mètre 6.1.3. - La marge au mètre 6.1.4. - La part de la marque dans le chiffre d'affaires 6.1.5. - La part de la marque dans la marge totale 6.1.6. - La part de la marque dans le linéaire 6.1.7. - L'indice de sensibilité au chiffre d'affaires 6.1.8. - L'indice de sensibilité à la marge 6.2. Recommandation sur les ratios à utiliser compte tenu de la stratégie du chef d'entreprise 6.3. Interprétation appropriée des ratios 6.4. Proposer des actions pour améliorer l'activité du magasin
7. Appréhender les évolutions récentes du merchandising	7.1. Les grands magasins et les centres commerciaux 7.2. Le merchandising sur Internet

Module M11 : Promotion des Ventes	
PRÉCISIONS	**ÉLÉMENTS DE CONTENU**
1. Déterminer l'intérêt et la cible de la promotion des ventes	1.1. Présenter la cible de la promotion des ventes pour l'entreprise 1.2. Présenter les objectifs de la promotion des ventes pour l'entreprise
2. Préparer et concevoir un message publicitaire	1.1. Choix approprié du message 1.2. Détermination précise du contenu du message 1.3. Qualité de la présentation 1.4. Détermination juste du budget 1.5. Choix approprié des médias et des supports publicitaires 1.6. Présentation des techniques promotionnelles de vente (réduction de prix, jeu, couponnage, prime…)
3. Préparer un étalage	1.1. Détermination d'un endroit stratégique 1.2. Détermination des ressources matérielles et humaines nécessaires 1.3. Utilisation appropriée de l'affichage 1.4. Application des principes d'étalage 1.5. Respect des plans d'aménagement
4. Mettre en place et suivre l'action promotionnelle.	4.1. Afficher, réapprovisionner et suivre les ventes et les stocks. 4.2. Collecter des renseignements pertinents en vue d'évaluer les résultats
5. Calculer le coût de l'opération promotionnelle	5.1. Calculer le prix de vente promotionnel 5.2. Calculer le CA promotionnel 5.3. Déduire la marge nette 5.4. Prendre en considération les frais promotionnels
6. Évaluer les résultats	6.1. Interpréter les résultats 6.2. Choisir les moyens de relance et de repositionnement 6.3. Transmettre les résultats et les recommandations, dans un rapport

Module M12 : Gestion de la Caisse	
PRÉCISIONS	**ÉLÉMENTS DE CONTENU**
1. Calculer un prix de vente	*Déjà vu dans le Module : Documents et calculs commerciaux*
2. Préparer une facture et effectue les calculs nécessaires	2.1. Présence de toutes les données exigées 2.2. Exactitude de ces données 2.3. Exactitude des calculs relatifs aux : 2.3.1. taxes ; 2.3.2. réductions commerciales ; 2.3.3. escomptes ; 2.3.4. devises étrangères.
3. Effectuer des opérations de caisse	✓ *Instruments de paiement corporels* 3.1. Les Espèces 3.2. Le Chèque 3.3. Les Effets de commerce ✓ *Instruments de paiement incorporels ou dématérialisés* 3.4. Carte de paiement TPE 3.5. Virement 3.6. Prélèvements 3.7. Paiement mobile (Téléphone ou smartphone)
4. Effectuer des opérations de caisse : ''Ligne caisses''	4.1. Vérification appropriée du matériel, de l'équipement et du fonds de caisse. 4.2. Perception exacte du paiement 4.3. Remise exacte de la monnaie 4.4. Respect des procédures relatives à chaque mode de paiement (espèce, chèque, cartes monétiques...) 4.5. Rapidité d'exécution 4.6. Respect des règles de la courtoisie : 4.6.1. discrétion ; 4.6.2. attitude sympathique dans des situations problématiques 4.7. Respect des règles de fermeture de la caisse 4.8. Application appropriée des mesures de sécurité au cours des opérations de caisse 4.9. Précision des renseignements dans le rapport de caisse 4.10. Report exact des données sur le bordereau de dépôt

Module M13 : E-Business	
PRÉCISIONS	**ÉLÉMENTS DE CONTENU**
1. Appréhender le cadre conceptuel du e-business	1.1. Maitriser la terminologie 1.2. Connaitre les ressources, outils et acteurs du e-business 1.3. S'informer sur le Droit du e-commerce 1.4. Comprendre les modèles du e-commerce 1.5. Connaitre les Avantages et Inconvénients du e-business
2. Comprendre le comportement du consommateur en ligne	2.1. Définir l'acheteur en ligne 2.2. Les variables explicatives de l'achat en ligne 2.3. Le processus d'achat en ligne
3. Décrire les leviers du marketing digital et du e-merchandising	3.1. Connaitre les démarches de création de site web 3.2. Savoir promouvoir la présence sur internet • Référencement ; • Affiliation ; • Publicité digitale. 3.3. Lister les clés d'un e-merchandising réussi (environnement du site, page d'accueil, assortiment, emplacements) 3.4. Savoir utiliser l'e-mailing
4. Savoir gérer la vente, l'après-vente et la logistique en commerce électronique	4.1. Comprendre le processus du paiement électronique 4.2. Analyser l'importance du service après-vente et de la logistique dans le commerce électronique ; 4.3. Comprendre les moyens à mettre en œuvre pour gérer les commandes et les retours éventuels en commerce électronique ; 4.4. Savoir organiser sa logistique.

Module M14 : Logiciel de Gestion Commerciale	
PRÉCISIONS	**ÉLÉMENTS DE CONTENU**
1. Paramétrer le logiciel de gestion commerciale	1.1. Exactitude des données apportées aux paramètres relatifs : 1.1.1. à l'entreprise ; 1.1.2. aux articles et familles d'articles ; 1.1.3. aux tiers ; 1.1.4. aux modes de paiement ; 1.1.5. aux modèles de documents ; 1.1.6. à la gestion des stocks.
2. produire des documents de vente	2.1. Saisie d'un bon de commande 2.2. Saisie des informations le concernant contrôle de la solvabilité du client 2.3. Gestion des réductions 2.4. Saisie des articles et produits 2.5. Saisie des fiches client et consultation 2.6. Passer du bon de commande au bon de livraison 2.7. Imprimer le bon de commande
3. Gérer les documents de livraison	3.1. Gestion des reliquats 3.2. Livraison partielle 3.3. Modification d'une livraison 3.4. Impression du bon de livraison
4. Produire des factures	4.1. Passer du bon de commande et du bon de livraison à la facture 4.2. Saisir un acompte 4.3. Vérifier les échéances de règlement 4.4. imprimer une facture 4.5. Dupliquer une facture 4.6. Éditer des factures périodiques
5. Gérer des articles de stocks	5.1. Saisie d'un article 5.2. Saisie de la fiche article 5.3. Saisie et enregistrement d'une fiche tarif client 5.4. Saisie et enregistrement d'une fiche références fournisseur 5.5. Enregistrement du glossaire 5.6. Affectation du glossaire à un article 5.7. Saisie de la fiche de stock
6. Gérer les documents d'achat	6.1. Gestion des achats 6.2. État du réapprovisionnement 6.3. Articles en contremarque
7. Gérer des abonnements	7.1. Confirmation d'un abonnement 7.2. Génération des pièces d'abonnement
8. Gérer les documents de stock	8.1. Virement de dépôt à dépôt 8.2. Mouvement de sortie 8.3. Bons de fabrication 8.4. Articles à nomenclature 8.5. Impression de la liste des pièces
9. Saisie des règlements	9.1. Saisie des règlements reçus des clients 9.2. Gestion des écarts de règlement 9.3. Impression du reçu de paiement
Module M15 : Création d'Entreprise	

PRÉCISIONS	ÉLÉMENTS DE CONTENU
1. Sensibilisation à l'entreprenariat et à l'auto-emploi	*Permettre aux stagiaires de développer une attitude favorable à l'Entreprenariat et à l'Auto-emploi.* 1.1. Maitriser la notion d'Entreprendre 1.1.1. Signification et portée de l'acte d'entreprendre. 1.1.2. Notion de prise de risque. 1.2. Développer l'esprit d'Entreprise 1.2.1. Signification et portée de l'esprit d'Entreprise. 1.2.2. Motivations d'un entrepreneur. 1.2.3. Fixation des objectifs d'une entreprise. 1.3. Identifier le profil et les potentiels d'un entrepreneur 1.3.1. Évaluation du potentiel d'un entrepreneur. 1.3.2. Identification du profil d'un entrepreneur. 1.3.3. Entrepreneur en tant que leader 1.4. Identifier les compétences essentielles et les facteurs déterminants pour être son propre employeur 1.4.1. Être son propre employeur. 1.4.2. Principaux facteurs de réussite lors de la création d'une entreprise. 1.4.3. Décision de devenir entrepreneur.
2. Techniques de développement d'une idée d'affaires	*Permettre aux stagiaires de maitriser les techniques de développement des aptitudes créatives et d'évaluation des opportunités d'affaires.* 2.1. S'enquérir des techniques de développement des idées d'affaires 2.1.1. Techniques d'identification et de développement des opportunités d'affaires. 2.1.2. Techniques d'appréciation de l'importance d'une bonne idée d'affaires, commercialement valable. 2.2. Développer son potentiel créatif 2.2.1. Appréciation de son propre potentiel créatif et innovant. 2.2.2. Développement des aptitudes créatives. 2.3. S'enquérir des techniques d'évaluation des opportunités d'affaires 2.3.1. Développement des techniques d'évaluation des opportunités d'affaires. 2.3.2. Les techniques de transformation d'idées en opportunités d'affaires.

3. Techniques de montage d'un plan d'affaires	*Permettre aux stagiaires de maitriser les techniques d'élaboration d'un plan d'affaires.* 3.1. Maitriser les techniques d'élaboration d'un plan d'affaires 3.1.1. Composantes d'un plan d'affaires. 3.1.2. Techniques de préparation d'un plan d'affaires. 3.1.3. Techniques de montage d'un plan d'affaires (Jeu d'entreprise). 3.2. S'enquérir des grandes étapes de création et de lancement d'une entreprise 3.2.1. Interprétation des résultats et des conclusions d'un plan d'affaires. 3.2.2. Évaluation des facteurs de lancement et démarrage d'une entreprise. 3.2.3. Identification des sources d'informations et d'assistance pour le lancement d'une entreprise 3.3. Maitriser les techniques de base de gestion d'une entreprise 3.3.1. Techniques de base de recrutement et de gestion du personnel. 3.3.2. Techniques de base de la gestion du temps. 3.3.3. Techniques de base de la gestion des ventes et relation avec les clients. 3.3.4. Techniques de base de la gestion des achats et relation avec les fournisseurs. 3.3.5. Techniques de base de calcul et maitrise des couts. 3.3.6. Techniques de base de la gestion financière

B. Niveaux taxonomiques

Classification hiérarchisée des niveaux de maîtrise des savoirs.

Les définitions des savoirs dans ce référentiel comportent 4 niveaux de maîtrise.

1) Niveau **d'information** — **Je sais de quoi je parle**
2) Niveau **d'expression** — **Je sais en parler**
3) Niveau **de maîtrise d'outils** — **Je sais faire**
4) Niveau de **maîtrise méthodologique** — **Je sais choisir**

C. Savoirs et leur niveau taxonomique

Le contenu est relatif à la maîtrise d'une méthodologie de pose et de résolution de problème : assembler, organiser les éléments d'un sujet, identifier les relations, raisonner à partir de ces relati²ons, décider en vue d'un but à atteindre. *Il s'agit de maîtriser **une démarche**: induire, déduire, expérimenter, se documenter.*	**4. MAÎTRISE MÉTHODOLOGIQUE**			**4**
Le contenu est relatif à **la maîtrise de procédés et d'outils d'étude et d'acquisition** : utiliser, manipuler des règles ou des ensembles de règles (algorithme), des principes, en vue d'un résultat à atteindre. *Il s'agit de maîtriser **un savoir-faire**.*	**3. MAÎTRISE D'OUTILS**		**3**	
Le contenu est relatif à **l'acquisition de moyens d'expression et de communication**: définir, utiliser les termes composant la discipline. *Il s'agit de maîtriser **un savoir**.*	**2. EXPRESSION**	**2**		
Le contenu est relatif à **l'appréhension d'une vue d'ensemble d'un sujet**; les réalités sont montrées sous certains aspects, de manière partielle ou globale.	**1. INFORMATION**	**1**		

Modules/Axes	1	2	3	4
M01. Univers du Commerce au Maroc				
1. Généralités sur le commerce		■		
2. Le commerce au Maroc		■		
3. La distribution moderne au Maroc		■		
4. Les métiers de commerce au Maroc		■		
5. Les formations en commerce au Maroc		■		
M02. Prospection de la clientèle				
1. Délimiter le territoire de vente		■		
2. Cibler la clientèle potentielle		■		
3. Constituer un fichier de clients potentiels		■		
4. Préparer le dossier produit			■	
5. Choisir la démarche à effectuer auprès des clients potentiels			■	
6. Prendre des rendez-vous avec des clientes et des clients potentiels			■	
7. Visiter les clients potentiels			■	
8. Planifier la relance des clients potentiels.			■	
9. Transmettre de la rétroaction à l'entreprise			■	
M03. Techniques de vente				
1. Être présentable et en cohérence avec l'activité et l'image de l'entreprise		■		
2. Manifester des attitudes qui permettent au client de se sentir bien accueilli			■	
3. S'approcher du client qui entre au magasin			■	
4. Intervenir pour assister et conseiller le client			■	
5. Répondre aux éventuelles questions du client			■	
6. Mettre en valeur le produit			■	
7. Accompagner le client à la caisse			■	
8. Accompagner le client à la sortie du magasin			■	
1. Acquérir les attitudes et comportements professionnels			■	
2. Comprendre la typologie et la psychologie du client		■		
3. Se préparer à l'entretien de vente			■	
4. Prendre contact avec son client			■	

5. Découvrir les besoins et motivations du client			■	
6. Présenter l'offre et argumenter			■	
7. Vendre le prix			■	
8. Traiter les objections			■	
9. Conclure l'entretien de vente			■	
10. Faire un suivi après-vente			■	
11. Fournir un service de qualité			■	
M04. Télévente				
1. Maîtriser les techniques téléphoniques			■	
2. Rédiger un script téléphonique			■	
3. Appeler le client			■	
4. Déterminer les besoins du client			■	
5. Présenter le produit ou le service			■	
6. Fournir des réponses aux objections			■	
M05. Marketing				
1. Généralités sur le marketing		■		
2. Comprendre le marché : Le Système Marché		■		
3. Comprendre le marché : Les études de marché		■		
4. Comprendre le comportement du client		■		
5. Prendre les décisions stratégiques		■		
6. Mettre en œuvre le marketing opérationnel		■		
7. La politique du produit		■		
8. La politique du prix		■		
9. La politique de distribution		■		
10. La politique de communication		■		
11. Organisation du département marketing		■		
M06. Introduction au Droit Commercial				
1. Notions de droit		■		
2. Les sources de droit		■		
3. L'organisation judiciaire au Maroc		■		
4. Les personnes et les biens		■		
5. Les obligations et les contrats : le D.O.C.		■		
6. Le Code de Commerce marocain : Loi n° 15-95		■		
7. Le commerçant		■		
8. Le fonds de commerce		■		
9. Les Moyens de paiement		■		
10. Les relations de l'entreprise avec son environnement		■		
M07. Documents et Calculs commerciaux				
1. Rappel sur le cycle de l'exploitation			■	
2. Les documents commerciaux			■	
3. Calculer les remises			■	
4. Calculer une TVA			■	
5. Calculer une marge, un taux de marge et un taux de marque			■	
6. Calculer les prix de ventes en fonction des marges définies			■	
7. Calculer le montant d'une traite suivant un délai d'échéance retardé ou avancé			■	
8. Établir la facture			■	
M08. Gestion de la Relation Client				
1. Décrire les mesures de fidélisation de la clientèle		■		
2. Décrire le processus de gestion des réclamations de la clientèle			■	
3. Gérer la relation clientèle à distance		■		
M09. Gestion des Approvisionnements				
1. Sélectionner les fournisseurs		■		
2. Effectuer les commandes			■	
3. Recevoir la marchandise			■	

4. Préparer la marchandise			■	
5. Stocker la marchandise				■
6. Approvisionner les rayons, les étalages et les présentoirs				■
7. Effectuer des inventaires			■	
M10. Merchandising				
1. Connaitre le principe du géomarketing	■			
2. Connaitre les enjeux et les techniques d'implantation des points de vente			■	
3. Connaitre et mettre en place le marchéage du point de vente			■	
4. Décider de l'agencement d'une surface de vente			■	
5. Donner des précisions sur l'emplacement des produits			■	
6. Évaluer les résultats des ventes			■	
7. Appréhender les évolutions récentes du merchandising		■		
M11. Promotion des ventes				
1. Déterminer l'intérêt et la cible de la promotion des ventes			■	
2. Préparer et concevoir un message publicitaire			■	
3. Préparer un étalage			■	
4. Mettre en place et suivre l'action promotionnelle.			■	
5. Calculer le coût de l'opération promotionnelle			■	
6. Évaluer les résultats			■	
M12. Gestion de la Caisse				
1. Calculer un prix de vente (rappels)				
2. Préparer une facture et effectuer les calculs nécessaires			■	
3. Connaitre et gérer les moyens de paiement (chèque, effets de commerce, monétique…)			■	
4. Effectuer des opérations de caisse			■	
M13. E-business				
1. Appréhender le cadre conceptuel du e-business		■		
2. Comprendre le comportement du consommateur en ligne		■		
3. Décrire les leviers du marketing digital et de l'e-merchandising		■		
4. Savoir gérer la vente, l'après-vente et la logistique en commerce électronique		■		
M14- Logiciel de Gestion Commerciale				
1. Paramétrer le logiciel de gestion commerciale			■	
2. produire des documents de vente			■	
3. Gérer les documents de livraison			■	
4. Produire des factures			■	
5. Gérer des articles de stocks			■	
6. Gérer les documents d'achat			■	
7. Gérer des abonnements			■	
8. Gérer les documents de stock			■	
9. Saisie des règlements			■	
M15. Création d'entreprise				
Sensibilisation à l'entreprenariat et à l'auto-emploi				
Techniques de développement d'une idée d'affaires				
Techniques de montage d'un plan d'affaires				
1. Idée de projet	■			
2. Les organismes d'aide et d'accompagnement à la création d'entreprise		■		
3. Élaboration du plan d'affaire (business plan)		■		
✓ *Étude économique et commerciale*		■		
✓ *Étude technique*		■		
✓ *Étude financière*		■		
4. Procédure juridique, fiscale et administrative de création d'entreprise		■		

SAVOIRS GENERAUX

III. SAVOIRS GENERAUX

SG01 : LANGUE ET CULTURE ARABE

برنامج مادة اللغة والثقافة العربية
بمسالك البكالوريا المهنية

خصوصيات برنامج مادة اللغة والثقافة العربية ضمن برامج قطب التعليم المهني :

يهدف منهاج مادة اللغة والثقافة العربية بمختلف مسالك البكالوريا المهنية إلى تعزيز مكتسبات المتعلمين والمتعلمات في مجال الثقافة واللغة والتواصل، وتمكينهم من رصيد لغوي ومعرفي ومهاري يتيح لهم اكتساب المعارف الجديدة التي تؤهلهم لولوج عالم الشغل والاندماج في المجتمع ، أو متابعة الدراسة بمؤسسات التعليم العالي.

وإذا كانت مواد التخصص المختلفة وبعض مواد التعليم العام التي تندرج ضمن العلوم الدقيقة تسعى إلى تمكين متعلم البكالوريا المهنية من التحكم في المعارف والمهارات الأساسية التي تتطلبها جانبية المهن بغرض تسهيل اندماجه في عالم الشغل، فإن مادة اللغة والثقافة العربية تضطلع بدور كبير يضاهي في أهميته دور باقي مواد التخصص، ذلك أن الأهداف التي تروم هذه المادة تحقيقها تتجاوز مجرد العناية باللغة باعتبارها هدفا وغاية من غايات التعلم إلى **بناء شخصية المتعلم في أبعادها المختلفة الروحية والعاطفية والقيمية والفكرية والجمالية.... لإكسابه التوازن الذي سيمكنه من الاندماج في عالم متقلب مليء بالتحديات وسريع التغير .**

لذلك فإن برنامج المادة يتسم بالغنى والتنوع ، فهو إلى جانب تضمنه مضامين أدبية، ينفتح على أهم القضايا والإشكالات الفكرية والثقافية المعاصرة، ليستجيب لحاجيات المتعلمين في مجال **القيم والتاريخ والحضارة والفكر والإبداع** ...وقد تم اعتماد المدخل بالموضوعات/ التيمات إطارا لتنظيم مفردات البرنامج لأنه سيتيح للمدرسين ملامسة مختلف القضايا، سواء من خلال النصوص الحاملة لمضامين متنوعة، أو من خلال البحوث والعروض التي سيتكلف المتعلمون بإنجازها، فتكون بذلك المادة أداة لانفتاح المتعلمين على مجال الثقافة بكل تجلياتها، ووسيلة لتشكيل وعيهم الفردي والجمعي من خلال ما تتيحه لهم من فرص ليصبحوا **أفرادا فاعلين في المجتمع،يتصرفون بإيجابية ويتفاعلون مع المشكلات المحلية والوطنية والدولية .**

إن برنامج مادة اللغة والثقافة العربية الخاص بمسالك البكالوريا المهنية بهذه الاستراتيجية يتجاوز الحدود التقليدية بين المواد الدراسية، ويتموقع في ظل **منهاج مندمج** تتقاطع فيه مواد متنوعة تجعل أفق المتعلم ينفتح على مسارات تفكير متعددة،ويتعرف منظورات مختلفة تساعده على فهمه لذاته وللعالم الذي يعيش فيه بكل تناقضاته،منظورات تكسبه القدرة على **التفكير النقدي حول أفكار معقدة**،والقدرة على **مساءلة منظومة المعتقدات والقيم والتجارب وأنماط العيش ...، والقدرة على توظيف مكتسباته في سياقات جديدة.**

وإجمالا، فإن منهاج مادة اللغة والثقافة العربية يسعى إلى تحقيق ملمح يتماشى و**مهارات القرن الواحد والعشرين**، فهو يضع نصب عينيه تكوين متعلم :

- ✓ **متوازن** :يهتم في تكوينه بمختلف جوانب شخصيته الوجدانية والفكرية والبدنية؛ ويوازن بين مختلف مناحي الحياة ليحقق رفاهيته و سعادته، وسعادة الآخرين .

- ✓ **متفتح**:متشبع بقيمه الدينية والوطنية التي تشكل هويته، ومعتز بتاريخه وحضارته؛ ومهتم بالاطلاع على ثقافة الآخرين الذين يقاسمونه العيش المشترك على الأرض، ومستعد لأن يستفيد من تجاربهم الناجحة ويفيدهم بتجاربه في جو من الاحترام المتبادل .
- ✓ **مفكر**: يحلل الظواهر ويناقشها وينظر في أبعادها المختلف قبل اتخاذ القرار، ويبحث عن حلول مبتكرة للمشاكل المستجدة، ولا ينقاد لآراء الآخرين دون تمحيص.
- ✓ **باحث**:لديه فضول علمي، ويمتلك أدوات إنجاز بحوث لتحقيق مشاريعه وتطوير مكتسباته، قادر على الاشتغال ضمن فريق، ولديه رغبة في **التعلم مدى الحياة لمواكبة المستجدات وبالأخص في مجال تخصصه الذي هو في تحول لا يتوقف** .
- ✓ **مسؤول** :يتحمل تبعات تصرفاته، وحريص على تطبيق القانون في مختلف مناحي الحياة، ويحترم المبادئ والتشريعات والشرائع التي تحفظ للإنسان كرامته وتحقق الإنصاف بين الناس، سواء كان في موقع المسؤولية أو خارجها.
- ✓ **متواصل** : قادر على الإقناع بوجهات نظره، ولديه ثقة في النفس، ومتمكن من اللغة ، ويحسن الاستماع ، ويربط المقال بالمقام ، ويحقق التفاهم مع الآخر .
- ✓ **مستقل** :قادر على المبادرة ، يخطط لتعلمه ويدبر الزمن؛ يتحكم في عواطفه،ويعيد النظر في ما أنجزه (التقويم الذاتي)و يتصف بالأمانة العلمية، وينوع مصادره.

على أن بلوغ هذا الملمح لن يتأتى فقط من غنى المحتوى الدراسي وتنوعه ، بل وأيضا من طبيعة القدرات ومهارات التفكير العليا التي يسعى هذا المنهاج إلى تنميتها لدى المتعلمين من قبيل :

- **التحليل** : تفكيك النصوص إلى أجزاء ومكونات وعناصر بغرض إدراك العلاقات بينها وتَبَيُّنِ طريقة تنظيمها. ويدخل ضمن ذلك أيضا تحليل الأفكار بربطها بسياقها والبحث في مقصديات أصحابها وخلفياتهم وتعرف استراتيجياتهم في تبليغ نواياهم التواصلية .
- **التأويل** :إدراك ما وراء السطور والكشف عن المعاني الضمنية؛ أو ما لم يقله النص صراحة من خلال عمليات الاستنتاج والاستنباط .
- **التركيب** :إعادة تجميع المعطيات وفق رؤية خاصة تفضي إلى إنتاج دلالة جديدة تتسم بالجدة والإبداع .
- **التقويم** :إصدار أحكام معللة ، وإبداء رأي في القضايا المطروحة، واتخاذ مواقف بعد تبصر ودراسة .

مداخل المنهاج :

مدخل القيم :

استحضارا للاضطراب الذي يعرفه السياق العالمي، ولرغبة شعوب العالم وتَوْقِها إلى بناء عالم يسوده الأمن والتعاون والاستفادة المشتركة من مُقدرات الأرض ...يسعى منهاج مادة اللغة والثقافة العربية إلى ترسيخ قيم الهوية والمواطنة والعيش المشترك والتضامن واحترام البيئة وتدبير استغلال ثروات الطبيعة لضمان حق الأجيال اللاحقة فيها ، كما يسعى إلى تشجيع المتعلمين على اتخاذ مواقف إيجابية واقتراح حلول مبتكرة ، والتصرف بمسؤولية اتجاه الأخطار لجعل العالم ينعم بالرخاء والاستقرار اللازمين لرفاهية الإنسان .

مدخل الموضوعات / التيمات :

يعطي هذا المدخل حرية أكبر للمدرسين في اختيار الأسناد الحاملة للقيم مما يمكنهم من معالجة قضايا متنوعة ومختلفة تستجيب لحاجات المتعلمين وتحقق التوازن المؤمل في شخصياتهم .كما يُمَكن المتعلمين من تنويع مصادر معلوماتهم ويشجعهم على ممارسة البحث وتدبير التعلم الذاتي .

مدخل الكفايات :

إلى جانب إشباع حاجات المتعلم الثقافية والقيمية ومساعدته على التكيف الاجتماعي، يسعى درس اللغة والثقافة العربية إلى تنمية الكفايات المرتبطة بالتواصل اللغوي وهي :

- استقبال معلومات وإرسالها عن طريق الاستماع والتحدث (شفهيا)
- استقبال معلومات وإرسالها عن طريق القراءة والكتابة

وذلك في سياقات مختلفة وبخاصة في السياق السوسيو- مهني .

وهذا يتطلب إكساب المتعلم (ة):

ــ القدرة على الإصغاء والتحدث و التفكير والتعبير عن أفكاره ومشاعره ، أي إنتاج معنى وخطاب .وهي مهارات ليست أساسيّة فقط للتنمية اللغوية واكتساب المعارف ، بل وأيضا في إقامة العلاقات مع الآخرين التي هي أساس النجاح في الحياة العامة كما في الحياة المهنية .ولتحقيق هذا المبتغى يمكن للأستاذ أن يلجأ إلى أساليب تنشيط متنوعة من مثل :الدائرة المستديرة والمناظرة،ولعب الأدوار، والنقاشات،والخطابة،والمداخلات الشفهيّة،والعروض،والخطب، والمقابلات، والمحاكاة،وإلقاء الشعر؛....

ــ القدرة على استقبال إرسالية مكتوبة وفك شفراتها وبناء المعنى انطلاقا من التفاعل بين خصائص الإرسالية والمكتسبات القبلية للمتعلم وخصوصيات السياق ، وكذا القدرة على إنتاج أو إعادة إنتاج إرسالية أو خطاب ضمن وضعيات معينة وفي سياق محدد، وذلك بالقيام بما تتطلبه القراءة من فهم وتفسير واستنتاجات باعتبارها عملية تفاعليّة تشمل غرض القارئ من القراءة،ومعرفته وتجربته السابقتين،بالإضافة إلى أسلوب الكاتب وتأثيراته.

غير أن تحقيق الكفايات الأربع (الاستماع ـ التحدث ـ القراءة ـ الكتابة) يتطلب الاهتمام بالكفايات المستعرضة التي عبْرها تنمو مهارات التفكير العليا ، ونعني بذلك الكفايات التي يسعى منهاج التعليم الثانوي بكل مسالكه ومواده إلى تحقيقها :

الكفايات المستعرضة في برنامج مادة اللغة والثقافة العربية

الكفاية	المهارات المرتبطة بها	الأداء المنتظر
التواصلية	ـ التحكم في بنيات اللغة العربية وقواعدها وتوظيفها بشكل سليم؛ ـ استحضار الضوابط والمعايير الاجتماعية التي تؤطر الاتصال والتواصل بين الأفراد والجماعات والفئات .(السياقات الاجتماعية والمهنية)؛ ـ القدرة على تلقي خطابات وفهم مقاصدها ؛ ـ القدرة على إرسال خطابات في توافق مع السياق؛ ـ إنتاج خطابات متسقة ومنسجمة؛ ـ تنمية الرصيد اللغوي واستكمال أدوات التعبير المختلفة؛	ـ استعمال النسق الفصيح للغة العربية استعمالا سليما . ـ ربط المقال بالمقام ـ إنتاج خطابات شفهية وكتابية ضمن وضعيات تواصلية دالة تحترم خصوصيات الإرسالية باستعمال معجم مناسب وتراعي انسجام واتساق الخطاب. ـ تمييز مختلف أنواع الخطابات العلمية والأدبية وتوظيفها حسب الوضعيات التواصلية ؛
المنهجية	ـ تعلم التعلم . ـ اكتساب منهجية التنظيم والتخطيط والتصميم ـ تدبير الوقت بشكل فعال . ـ تسطير الأهداف الشخصية وتنظيم موارد التعلّم ـ اتباع خطوات القراءة المنهجية في قراءة النصوص بمختلف أنماطها ـ استعمال عدة مفاهيمية واضحة في التعامل مع المقروء . ـ استعمال استراتيجيات للكتابة معتمدا تصاميم و خطاطات لتحقيق فاعلية التخاطب. ـ التمكن من أدوات قراءة نصوص مختلفة	ـ إعداد مخططات شخصية وبرامج مضبوطة في الزمان والمكان لتدبير التعلم الذاتي . ـ توظيف آليات القراءة المنهجية للنصوص بشكل جيد. ـ الكتابة وفق تصميم منهجي منظم

الثقافية	ـ تنمية الرصيد المعرفي والثقافي واستكمال المعلومات السابقة؛ ـ الإلمام بالثقافة المغربية بجميع مكوناتها ، ـ الإلمام بالثقافة العربية والإسلامية في بعديها الوطني والقومي . ـ الانفتاح على قضايا معاصرة وخطابات متداولة في الثقافة الإنسانية . ـ تعرف أنواع الخطاب وإدراك خصائصها البنائية ـ امتلاك رصيد معرفي وثقافي يعين المتعلم على فهم الواقع ويمكنه من متابعة تعلمه .	ـ تعرف خصوصيات الثقافة والحضارة المغربية. واستثمارها في سلوكاته ومواقفه وفي منتجاته المتنوعة. ـ تقدير الثقافة العربية والإسلامية لغة وفكرا وفنونا واعتبارهما رافدا مهما من روافد الثقافة الإنسانية . ـ الانفتاح على مكونات ثقافية وفكرية إنسانية و تصريفها في حياته اليومية .
الاستراتيجية	ـ تنمية روح النقد الذاتي والحكم الموضوعي ـ اكتساب قابلية التجديد والانفتاح على التطورات المعرفية . ـ اتخاذ مواقف إيجابية تجاه القضايا المختلفة ـ القدرة على المواجهة والتفاوض لأجل الإقناع بوجهة نظر ،أو بقرار ،أو للحصول على عمل . ـ التعبير عن الذات والتموقع في الزمان والمكان. ـ تعديل المنتظرات والسلوكات والمواقف.	ـ رسم الأهداف بدقة وواقعية. ـ اكتساب الفكر النقدي ـ القدرة على المواجهة والإقناع. ـ الاندماج في المحيط والتكيف مع الوضعيات .
التكنولوجية	ـ توظيف وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال في اكتساب المعارف ؛ ـ توظيف وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الإنتاج والتواصل ؛	ـ القدرة على استعمال التكنولوجيا في التعلم الذاتي . ـ القدرة على تقديم منتجاته باستعمال الوسائط التكنولوجية.

المعارف المرتبطة بتنمية الكفايات:

لبلوغ الكفايات المنصوص عليها أعلاه، ينتظم برنامج اللغة والثقافة العربية لمسالك البكالوريا المهنية ، شأنه في ذلك شأن برامج مادة اللغة العربية في مسالك التعليم العام الأخرى، في مجالات ثلاثة هي : درس النصوص وعلوم اللغة والتعبير والإنشاء .على أنه وجب التنبيه إلى أن هذا التقسيم هو إجراء منهجي تمليه طبيعة التعليم المدرسي القائم على التجزيء لتدبير زمن التعلم ، وإلا فإن المدرس مطالب باستحضار البعد التكاملي بين هذه المكونات الثلاثة التي يخدم بعضها بعضا.

ونظرا للتقارب الموجود بين مخرجات البكالوريا المهنية ومخرجات الشعب العلمية والتقنية، وأخذا بعين الاعتبار إمكانات التجسير بينهما، واستحضارا لإمكانية ولوج متخرج البكالوريا المهنية إلى معاهد التعليم العالي لاستكمال دراسته ، فقد تم اعتماد المعارف المقررة في منهاج الشعب العلمية والتقنية أساسا لتحقيق كفايات قطب التعليم المهني في مادة اللغة والثقافة العربية ما دامت لهما نفس الكفايات، وأضيفت محاور وموضوعات جديدة تناسب خصوصية القطب المهني على مستوى المضامين وعلى مستوى مهارات التواصل والتعبير .

وفي ما يلي لائحة المعارف المرتبطة بالكفايات موزعة حسب المجالات الثلاثة (درس النصوص / الموضوعات ـ علوم اللغة ـ التعبير والإنشاء) :

المجالات	المحاور الكبرى	التيمات / الموضوعات
درس النصوص/ التيمات	ـ تعرف أنماط النصوص	ـ نص سردي ـ نص وصفي ـ نص حجاجي
	ـ تعرف بعض أنواع الخطاب	الخطاب الاشهاري ـ الخطاب الصحفي ـ الخطاب السياسي
	منظومة القيم	ـ الهوية الثقافية: الأنا والآخر ـ قواعد العيش المشترك:التضامن والتسامح الجمال الكرامة البشرية حوار الثقافات الثقافة الحقوقية ـ الرأسمال اللامادي حماية البيئة
	عالم الفنون والمهن	ـ السينما ـ المعمار ـ التشكيل ـ الإبداع والابتكار ـ عالم المقاولة. ـ قانون الشغل .
	التموقع في الزمان والمكان	ـ تاريخ التكنولوجيا ـ تاريخ المهن والمهن المستقبلية ـ تاريخ الحضارة الإنسانية ـ الثورة الرقمية ـ الثورة البيولوجية
	قضايا معاصرة وخطابات متداولة	العولمة الاتصال والتواصل الثقافة البصرية الإنسان والتنمية الإنسان والتكنولوجيا الإنسان ومشاكل الهجرة التواصل مجتمع المعرفة التعلم مدى الحياة ـ أدوار المجتمع المدني في التنشئة السياسية ـ الحداثة
علوم اللغة	تنمية الرصيد اللغوي واستكمال أدوات التعبير المختلفة	معجم وظيفي مرتبط بالتيمات المقررة. قواعد نحوية منتقاة قواعد صرفية وإملائية أساليب

التعبير والإنشاء	اكتساب آليات التواصل الكتابي والشفهي وتوظيفها في وضعيات مختلفة	مهارة إنتاج نص سردي مهارة إنتاج نص حجاجي مهارة إعداد تقرير في وضعيات مختلفة . التعبير عن موقف أو رأي مهارة تحليل صورة مهارة توسيع فكرة مهارة الربط بين الأفكار مهارة المقارنة والاستنتاج مهارة كتابة نهج سيرة ورسالة تحفيز تقنيات التفاوض والمقابلة إعداد مشروع أخذ النقط . وضع خطة عمل منهجية البحث

منهجيات تدريس مكونات مادة اللغة والثقافة العربية :

يجد الأستاذ تفصيلا لهذه المنهجيات في كتيب (التوجيهات التربوية والبرامج الخاصة بتدريس مادة اللغة العربية بسلك التعليم الثانوي التأهيلي نونبر 2007) ، وسنقتصر ها هنا على أهم التوجيهات .

ـ أولا درس النصوص : يعتمد الأستاذ في إنجاز الأنشطة التعليمية التعلمية المتعلقة بمكون النصوص على أسس القراءة المنهجية ومبادئها، مسترشدا بما يأتي :

المبادئ العامة :

اعتبار المتعلم محورا أساسيا في إنجاز مختلف الأنشطة .

النظر إلى مختلف عناصر القراءة المنهجية من منطلق التكامل .

اعتماد التقويم التكويني أساسا لبناء التعلمات .

المراحل :

تمهيد يقدم على شكل أسئلة تستهدف تشخيص مكتسبات المتعلم .

اكتشاف النص عن طريق الملاحظة ووضع الفرضيات والتصنيف النصي .

فهم النص:

ـ قراءة خطية معززة بشروح معجمية مساعدة على إنتاج المعنى .

ـ التحويل : التعبير عن مضمون النص بصيغ جديدة (الاختزال والتكثيف ـ التلخيص ـ إعادة الكتابة ـ التكملة واقتراح نهاية أخرى ...)

ـ التأويل : استخراج معاني ضمنية ومضمرة في النص واستنتاج دلالات جديدة غير مصرح بها من طرف الكاتب .

التحليل ، عملية تفكيك تضم مجموعة من الأنشطة منها :

ـ الحقول المعجمية والدلالية .

ـ وضعيات التلفظ .

ـ دراسة الأسلوب والصور والانزياحات .

ـ المقصدية

التركيب وهو مرحلة هامة تتمثل وظيفتها في تجميع الخلاصات للتوصل إلى الاستنتاجات الأساسية وبناء معنى جديد.

التقويم ، وهو المرحلة التي تتم من خلالها دعوة المتعلم إلى تقويم النص عبر إصدار حكم حوله أو اتخاذ موقف من مضمونه.

ثانيا : علوم اللغة :

يسترشد الأستاذ في إنجاز أنشطة هذا المكون بالمعطيات الآتية :

المبادئ العامة :

تعزيز مكتسبات المتعلم السابقة والانطلاق من حاجاته التواصلية الحقيقية .
التعامل الوظيفي مع الدرس اللغوي على أساس التكامل بين مختلف المكونات
دعم الجوانب التقعيدية بأنشطة تطبيقية مكثفة .
المراحل :
تشخيص مكتسبات المتعلم من خلال الإحالة على معارف سابقة .
قراءة وتحليل الأمثلة المعتمدة واستخلاص القاعدة الجزئية .
التقويم الجزئي للقاعدة
استخلاص القاعدة العامة
تطبيقات وتمارين متنوعة .
ثالثا : التعبير والإنشاء :
يعتمد الأستاذ في إنجاز الأنشطة التعليمية التعلمية المتعلقة بمكون التعبير والإنشاء على الأسس والمبادئ المنهجية التالية :
المبادئ العامة :
الانطلاق من مكتسبات المتعلم التعبيرية والإنشائية التي توافرت لديه في سلك التعليم الثانوي الإعدادي .
ربط المهارات المقررة بمكوني النصوص وعلوم اللغة .
تأكيد طابع التكامل بين أنشطة الاكتساب والتطبيق والإنتاج .
ربط التقويم بوضعيات تعلمية تواصلية جديدة .
الأنشطة والمراحل :
ينجز المدرس درس التعبير والإنشاء عبر الأنشطة التعليمية التعلمية الآتية :
أنشطة الاكتساب .
أنشطة التطبيق والإنتاج .
أنشطة التصحيح والتقويم .

إجراءات التقويم :
يتم احترام التوجيهات الواردة في كتيب (التوجيهات التربوية والبرامج الخاصة بتدريس مادة اللغة العربية بسلك التعليم الثانوي التأهيلي) فيما يتعلق بتقويم التعلمات ، كما يلزم استحضار الضوابط المنصوص عليها في المذكرات ذات الصلة بالتقويم .
وعموما فإن المدرس مدعو إلى اعتماد أنواع التقويم الثلاثة :
التقويم التشخيصي في بداية السنة الدراسية أو في بداية الوحدات الدراسية لأجل معرفة مكتسبات المتعلم القبلية واستثمارها في تخطيط التعلمات الجديدة .
التقويم التكويني المصاحب للعملية التعليمية التعلمية، والمتضمن للأنشطة المدمجة وفروض المراقبة المستمرة المحددة تواريخها في برنامج مسار .
التقويم الإجمالي ذي البعد الجزائي الإشهادي ، وضمنه الامتحان الموحد الجهوي نهاية السنة الأولى من سلك الباكالوريا .
أدوات القياس:
اختبارات مقالية في وضعيات التواصل الكتابي .
اختبارات موضوعية: الاختيار من متعدد ـ ملء الفراغ ـ أسئلة الوصل ـ أسئلة الصحة والخطأ ـ
وضعيات التواصل الشفهي .
العروض والمناقشات.
مشاريع المتعلمين .
الحقيبة التربوية.
ولا يمكن لإجراءات التقويم أن تستكمل وظائفها ما لم تتبع بإجراءات لدعم المتعثرين كل حسب حاجاته ، وذلك بصيغ متنوعة : دعم مندمج ـ دعم مؤسسي ـ أشغال منزلية ـ أنشطة موازية ....

الغلاف الزمني الأسبوعي :

لأجل الاستثمار الأمثل لزمن التعلم يدعى الأستاذ إلى الاهتداء بما يأتي :

إدراج أنشطة تستهدف تنمية الكفاية الشفهية لدى المتعلمين خلال جميع الحصص وبخاصة في الحصة الثانية من مكون درس النصوص،يتم فيها استثمار معطيات النص وربطها بوضعيات دالة تتيح للمتعلمين التواصل فيما بينهم .

الاشتغال من حين لآخر على نصوص ذات حمولة مرتبطة بسنحة المترشح / ملمح التخرج من قبيل نصوص علمية ونصوص من عالم الشغل والحياة المهنية ، والوثائق المرتبطة بالآلات وطرق تشغيلها وصيانتها ، والمطبوعات والاستمارات الإدارية ....

انتقاء نصوص ذات بعد إسلامي، وتاريخي، وفلسفي تفتح أفق المتعلم والمتعلمة على آفاق معرفية متنوعة ؛

التركيز في كفاية الإنتاج الكتابي على مهارات التعبير الوظيفي التي تساعد المتعلم والمتعلمة على الاندماج في عالم الشغل وفي الحياة المهنية بصفة عامة . من مثل (تقنيات كتابة التقرير، تقنيات المقابلة ، تقنيات التفاوض ،.....)

اعتماد مشروع المتعلم أداة لتعلم اللغة والتواصل بها داخل المؤسسة وخارجها واتخاذ الحقيبة التربوية أداة لتجميع إنتاجاته وتقويمها .

اعتماد تقنيات المحاكاة ولعب الأدوار لتنمية مهارات المتعلمين التواصلية .

التوزيع الدوري لمضامين مادة اللغة والثقافة العربية :
أولا : السنة الأولى بكالوريا مهنية:

الدورة الأولى :		
أنواع الخطاب		
درس النصوص/ الموضوعات	علوم اللغة	التعبير والإنشاء
الخطاب الإشهاري	التمييز	مهارة تحليل صورة
الخطاب الصحفي	العدد	
الخطاب السياسي		
قضايا معاصرة		
الإنسان والتنمية	المصادر	مهارة توسيع فكرة
الإنسان والتكنولوجيا	النسبة	
الإنسان ومشاكل الهجرة	تطبيق	
إجراءات التقويم والدعم		
الدورة الثانية		
مفاهيم		
الحداثة	الاستفهام	مهارة الربط بين الأفكار
التواصل	الأمر والنهي	
الإبداع والابتكار	التمني	
منظومة القيم		
قواعد العيش المشترك: التضامن والتسامح	الاستعارة تعريفها وأركانها	مهارة المقارنة والاستنتاج
الكرامة البشرية	الطباق والمقابلة	
الجمال		
إجراءات التقويم والدعم		

ثانيا :السنة الثانية بكالوريا مهنية

الدورة الأولى :		
العولمة أبعاد وتحديات		
درس النصوص/ الموضوعات	علوم اللغة	التعبير والإنشاء
الهوية والثقافة: الأنا والآخر	الاشتقاق	ـ كتابة نهج سيرة ورسالة تحفيز ـ تقنيات التفاوض والمقابلة
مجتمع المعرفة	الاقتراض	
حوار الثقافات		
قضايا ورهانات		
التعلم مدى الحياة	النحت	مهارة وضع خطة عمل
المجتمع المدني و المشاركة السياسية	أسلوب القسم	
الرأسمال اللامادي		
إجراءات التقويم والدعم		
الدورة الثانية		
الحياة المهنية		
تاريخ المهن والمهن المستجدة	أسلوب الشرط	ـ منهجية البحث ـ أخذ النقط
عالم المقاولة	الاتساق	
الثورة الرقمية		
الفنون والمهن		
السينما	تطبيقات متنوعة	مهارة إعداد مشروع شخصي مهني
المعمار		
التشكيل		
إجراءات التقويم والدعم		

ملاحظة :

يمكن للأستاذ أن يتصرف في انتقاء نصوص أو أسناد بصرية...إذا لم يجد في كتب التعليم العام ما يفي بالغرض، شريطة أن تستجيب مضامين النصوص المختارة للحاجات الثقافية واللغوية للمتعلمين و لخصوصية المسلك.

SG02 : EDUCATION ISLAMIQUE

برنامج مادة التربية الاسلامية:

اعتماد منهاج التربية الإسلامية بسلك التعليم الثانوي التأهيلي (يونيو 2016).

SG03 : PHILOSOPHIE

برنامج مادة الفلسفة :

اعتماد منهاج الفلسفة بسلك التعليم الثانوي التأهيلي

SG04 : Français

Préambule

La réforme, engagée par le ministère de l'Éducation nationale et de la formation professionnelle, vise le développement d'un enseignement de qualité s'appuyant sur nos constantes civilisationnelles et culturelles. Cet enseignement se veut une préparation efficiente et efficace à des études supérieures réussies et/ou un tremplin pour une insertion aisée des jeunes dans le marché du travail et leur ancrage dans les valeurs humaines universelles.

Aussi cette réforme se donne-t-elle pour finalités :

- La formation d'un citoyen **autonome** par le biais d'une appropriation des valeurs civiques et humaines universelles.
- La formation à la philosophie et à la pratique des droits de l'homme et de l'enfant, de la citoyenneté, de l'environnement et de la tolérance.
- La compréhension et l'assimilation des différents changements et développements de la civilisation humaine.
- La formation de citoyens à même d'agir et d'interagir avec les percées scientifiques, technologiques et économiques en fonction des besoins de la nation.

Le programme de la langue française destiné à la section du Baccalauréat Professionnel a été conçu en étroite relation avec les œuvres du programme et les spécificités des différentes filières professionnelles. Ces œuvres sont envisagées à la fois comme support et comme objet d'étude. En tant que support, elles permettent d'assurer un enseignement cohérent et contextualisé. En tant qu'objet, outre leur vertu de donner le goût et le plaisir de lire, leur étude, dont l'objectif pédagogique est la construction du sens, favorise, d'une part, l'ouverture culturelle et interculturelle et permet, d'autre part, de développer, in situ, un certain nombre de capacités telles que l'analyse, l'interprétation, l'induction, la déduction, la synthèse, etc. Le professeur sera amené dans le cadre de son projet pédagogique, organisé en modules, autour d'une thématique, une œuvre littéraire et un groupement de textes, à adapter son enseignement aux filières qui lui seront confiées en tenant compte des quatre compétences pour la maîtrise d'une langue : la compréhension et la production de l'oral ; la compréhension et la production de l'écrit. Il convient aussi de développer chez l'élève les compétences d'écoute, d'analyse, de synthèse, de transfert, de jugement, d'évaluation, d'esprit critique et d'esprit d'initiative.

Pour l'étude des œuvres littéraires retenues, il appartient au professeur de faire un choix judicieux parmi les titres proposés en troncs communs et en 2ème année du cycle du Baccalauréat Professionnel. Pour la 1ère année du cycle du baccalauréat, une seule œuvre est proposée par module, compte tenu des contraintes de l'examen normalisé régional. Par ailleurs, le professeur a toute latitude d'utiliser des textes ou groupements de textes complémentaires pour répondre aux besoins spécifiques de sa classe et de la filière. Des textes fonctionnels ou traitant de thèmes d'actualité pourront avoir plusieurs vertus :

- donner accès au savoir produit ailleurs comme capital humain ;
- développer les opérations cognitives et métacognitives chez l'élève ;
- permettre l'apprentissage de la prise de position de l'élève via le traitement d'un sujet de réflexion et le débat d'idées (d'ordre scientifique, technologique, philosophique, etc.). Le positionnement de l'élève devra constituer l'objectif initial, intermédiaire et ultime de toute action pédagogique que le professeur ne doit pas perdre de vue. Notons que cette capacité va s'aiguisant à partir d'un certain nombre d'opérations à la fois discursives et mentales qu'on doit mettre en œuvre tout le temps via l'approche méthodique et via d'autres activités : exposés oraux, discussions et débats, interviews, simulations et jeux de rôles, etc.

La perception, la constatation, l'observation, la présentation, la description, l'analyse argumentée, l'exemplification, la citation, l'induction ou la déduction, bref tous les procédés de dialectisation.
Parallèlement, un certain nombre d'énoncés permettant d'organiser le discours doivent faire objet d'étude : comment introduire une idée, exemplifier, citer, développer, enchaîner, conclure, etc.
L'enseignement/apprentissage des modalités discursives permettent d'étudier la faculté du jugement : la subjectivité, l'objectivité, le point de vue favorable, défavorable, l'esprit critique etc.
Partant de ces considérations, ***il sera aisé de déduire*** que la réforme de l'éducation et de la formation met l'élève au centre de l'action pédagogique, d'où la nécessité d'une refonte du dispositif pédagogique, didactique et méthodologique dans la perspective de faire de l'élève l'acteur principal de son apprentissage. L'entrée privilégiée pour atteindre cet objectif est la mise en place d'une pédagogie des compétences.
L'enseignement/apprentissage du français, au cycle secondaire qualifiant, à l'instar des autres disciplines, repose sur le concept de compétence.

1. Entrée par les valeurs et entrée par les compétences

1.1. Entrée par les valeurs

A l'instar des autres disciplines, le français contribue au développement des valeurs nationales et universelles, telles qu'elles sont énoncées dans les textes de référence officiels. Les propositions pédagogiques retenues prennent en compte cette exigence. Il revient à l'enseignant de mettre en évidence les valeurs véhiculées dans les œuvres étudiées.

1.2. Entrée par les compétences

Le concept de compétence est, selon P. Perrenoud, «*une capacité d'agir efficacement dans un type défini de situations, capacité qui s'appuie sur des connaissances mais ne s'y réduit pas*» Ainsi, dans le domaine de l'apprentissage d'une langue, il ne suffit pas de posséder des savoirs linguistiques et des savoir-faire communicatifs pour être à même de communiquer efficacement dans une situation de communication réelle.
Dans la perspective de dépasser la trilogie «*savoir, savoir-faire et savoir être*», la compétence est à considérer en termes de savoir combinatoire « qui s'acquiert dans et par l'action » comme le souligne Le Boterf.
Ceci permet de dire que :

- l'élève est acteur de son apprentissage (cf.ci-après) ;
- il construit ses compétences en mobilisant deux types de ressources. Le premier type englobe les connaissances, les savoir-faire, les qualités personnelles propres à chaque apprenant. Le deuxième type se rattache à l'environnement de l'apprenant et à sa capacité à apprendre à partir de cet environnement ;
- la compétence est évolutive chez un même élève, et n'est pas identique d'un élève à l'autre face à un même problème à résoudre ou un même projet à réaliser ;
- un élève compétent est celui qui sait mobiliser / construire, en temps voulu, des compétences adéquates pour répondre à/gérer des situations problèmes d'ordre communicatif. Ainsi la réponse compétente est spécifique à chaque individu et à chaque situation.

Dans le souci de dispenser un enseignement/apprentissage répondant de manière efficace à la fois aux besoins des publics du cycle qualifiant de l'enseignement supérieur et du marché du travail, le curriculum se doit de doter les lycéens de compétences de communication susceptibles de faciliter leur intégration dans la société.

En partant de ces préalables et tout en accordant une attention particulière à la transmission de valeurs universelles et civiques requises, le programme de français des filières professionnelles est conçu selon une double optique : celle de répondre aux exigences du parcours professionnel du futur bachelier et celle tout aussi importante de correspondre le plus possible à l'esprit de l'enseignement général, favorisant ainsi la mise en place de passerelles, au cas où l'élève choisirait de changer d'orientation ou de poursuivre des études supérieures.

1.2.1. Les compétences et la pédagogie qui sous-tendent l'enseignement/ apprentissage du français

Le programme de français, élaboré dans cette perspective, repose sur quatre compétences majeures dictées par les exigences d'une formation, soutenues par un cursus scolaire professionnalisant mais également par diverses finalités dont par exemple la formation d'un citoyen responsable à même d'agir, d'interagir, de collaborer…, bref d'évoluer dans le monde du travail en particulier et dans la vie en général.

Ces quatre compétences se déclinent ainsi

- Compréhension de l'oral
- Production de l'oral
- Compréhension de l'écrit
- Production de l'écrit

Il est à noter, dans ce contexte, que l'élève qui accède au cycle secondaire qualifiant est déjà capable de s'exprimer de manière correcte et efficace, dans des situations de communication complexes. Il est par conséquent appelé, durant ce cycle, à consolider ses acquis, à se perfectionner en vue d'une appropriation élargie et progressive des dimensions culturelles, discursives et linguistiques de la langue française.

Les quatre macro-compétences susmentionnées répondent à divers objectifs généraux, comme elles se recoupent avec d'autres compétences transversales et différents principes pédagogiques qu'on peut regrouper ainsi :

1.2.1.1. Développement des capacités et des fonctions cognitives

- Faire acquérir à l'élève, au moyen d'un corpus de textes et d'œuvres bien choisis et motivants, le plaisir et « l'habitus » de lire et d'apprendre.
- Acquérir progressivement, dans une perspective fonctionnaliste et pragmatique, la maîtrise de la langue au niveau linguistique, sémantique et culturel.
- Développer chez l'élève des stratégies d'organisation et de planification.
- Travailler la flexibilité mentale, l'autocritique…
- Développer le sens de l'analyse et l'esprit critique…

1.2.1.2. Enseignement actif et éducation à l'autonomie

- Adopter une approche centrée sur l'élève faisant de lui l'acteur de ses propres apprentissages.
- Recourir à la différenciation autant que faire se peut.
- Adopter des stratégies pédagogiques permettant d'amener l'élève à prendre conscience de son potentiel et de ses propres stratégies d'apprentissage (processus cognitif de conscientisation portant sur la métacognition).
- Centrer l'enseignement sur la construction motivante du sens : la langue sera ipso facto mise en œuvre quand l'élève éprouve le besoin de dire quelque chose qui le motive et lui tient à cœur.

1.2.1.3.Travail collaboratif et préparation au monde du travail

- Favoriser la créativité et l'épanouissement au sein d'activités collectives susceptibles de promouvoir une culture de solidarité et d'entraide
- Développer la vitesse de traitement de l'information.
- Affermir « la mémoire de travail » qui consiste à traiter et à manipuler mentalement des informations diverses à un moment donné.

1.2.1.4.Mobilisation des ressources

- Développer des savoirs, des savoir-faire et des savoirs-être.
- Prévoir des moments et des situations d'intégration, d'appropriation, de réinvestissement et de transfert.
- Mettre l'élève régulièrement face à des situations-problèmes pour lui permettre de s'exercer à mobiliser différentes ressources…, bref, à aiguiser et à parfaire des compétences qui, rappelons-le, se développent tout au long de la vie.

1.2.1.5. Communiquer dans un contexte social et professionnel

- Identifier les principaux enjeux de la communication
- Exploiter une recherche d'informations en réponse à un besoin professionnel
- Utiliser des techniques pour s'exprimer
- Argumenter un point de vue
- Interpréter des faits ou des événements

Le tableau suivant amorce une opérationnalisation de quelques compétences déjà énoncées en les arrimant aux activités proposées

Compétences disciplinaires
- Lire différents types de textes (narratif, descriptif, prescriptif, didactique, argumentatif…) - Lire une œuvre littéraire (nouvelle, roman, pièce de théâtre….) - Etudier une œuvre littéraire - Lire et étudier un poème - Analyser, interpréter et présenter une image, un schéma, un mode d'emploi, une notice… - Lire analyser et produire une affiche publicitaire - Utiliser le vocabulaire adapté (le métalangage nécessaire pour appréhender le genre ou le type de texte étudié) - Utiliser les organisateurs textuels et les connecteurs chronologiques et logiques - Etudier et employer différentes figures de styles avec une intention de communication donnée - Rendre compte de la lecture d'un texte long par une fiche de lecture - Produire un écrit d'invention (projet de classe, projet personnel de l'élève) - Produire des énoncés en adéquation avec la visée recherchée et avec la situation de communication - Prendre des notes à partir de documents sonores ou écrits - Prendre la parole - Ecouter activement - Chercher l'information et la traiter en fonction de son projet - …

2.- Profil de sortie

L'enseignement du français en Baccalauréat Professionnel vise l'acquisition de trois compétences :

- échanger oralement : écouter, réagir, s'exprimer ;
- échanger par écrit : lire, analyser, écrire ;
- Travailler en autonomie, prendre l'initiative, une décision appropriée.

A l'issue du cycle secondaire qualifiant, et corollairement aux contenus enseignés et aux compétences développées (susmentionnées), l'élève devra être capable de :

2.1- Échanger oralement

- Écouter activement autrui ;
- Comprendre les énoncés reçus ;
- Prendre la parole ;
- Participer de manière efficace à un échange en respectant les paramètres de la situation de communication ;
- Produire des énoncés en adéquation avec la situation de communication ;
- S'exprimer d'une voix claire, intelligible et audible ;
- Utiliser le niveau de langue approprié à la situation de communication ;
- Respecter le point de vue d'autrui ;
- Présenter une communication orale construite et adaptée au public (document, point de vue, compte rendu, exposé) ;
- Utiliser le lexique approprié et respecter les règles morphosyntaxiques.

2.2- Échanger par écrit

- Orienter sa lecture et son écrit en fonction de la situation de communication ;
- Reconnaître les différents genres d'écrits (littéraire, scientifique, journalistique, etc.) ;
- Reconnaître le fonctionnement des différents types de textes et de discours ;
- Déterminer la visée de supports divers (scripturaux, iconiques, etc.) ;
- Anticiper le contenu d'un document à partir d'indices significatifs (internes et externes) ;
- Adapter sa stratégie de lecture au projet ;
- Distinguer l'explicite de l'implicite, le dénotatif du connotatif dans différents supports ;
- Rendre compte de la compréhension d'un texte par un résumé, une fiche de lecture, etc. ;
- Prendre des notes, résumer, synthétiser des textes d'idées ;
- Lire l'image ;
- Exprimer une opinion personnelle en la justifiant de manière cohérente ;
- Assurer la cohérence d'un message en fonction de la visée et du type de texte ;
- Utiliser à bon escient les organisateurs textuels, les connecteurs logiques et chronologiques ;
- Utiliser un vocabulaire précis et adapté à la situation de communication ;
- Veiller au respect des règles morphosyntaxiques ;
- Adapter la mise en page des documents à l'intention de communication et respecter la ponctuation ;
- Produire des écrits créatifs et personnels.

2.3- Travailler en autonomie

- S'approprier des outils de la méthodologie du travail intellectuel ;
- Utiliser les codes et références spécifiques aux lieux et supports où l'on accède à l'information (Centre de Documentation et d'Information, ateliers, bibliothèque, Internet, etc.) ;
- Utiliser les ouvrages de références (dictionnaires, matériels audiovisuels, sites Internet, cédéroms, etc.) ;
- Déterminer une problématique pour orienter sa recherche ;
- Savoir repérer les mots clés pour organiser sa recherche ;
- Sélectionner des informations ;
- Classer les informations ;
- Organiser les informations sélectionnées en fonction du projet de recherche ;
- Etablir une bibliographie.

3.- Organisation pédagogique de l'enseignement du français dans le cycle secondaire qualifiant

L'enseignement/apprentissage du français au cycle qualifiant s'inscrit dans une démarche de projet et s'organise autour des éléments suivants :

Le programme de français, pour répondre à diverses attentes, se veut riche et varié. Néanmoins, pour gagner en cohérence et éviter la dispersion sans restreindre la possibilité du recours à des ressources diverses, il est organisé selon plusieurs entrées :

3.1- Organisation par modules

Dans ce cadre, signalons que l**es modules correspondent chacun à un thème d'ordre général.** Cette thématique générale vise surtout à assurer la cohérence interne de chaque module surtout si l'on prend en considération la richesse intrinsèque des œuvres littéraires d'une part et d'autre part, la nécessité de recourir à des textes ou à des groupements de textes annexes pour se focaliser davantage sur les préoccupations, les activités et le langage technique liés à une ou un groupe de filières.

3.2- Unité de support et objet d'étude : œuvres intégrales

Lire des bouts de textes ne peut en aucun cas se substituer à l'intérêt et au plaisir de lire une œuvre intégrale. Ces œuvres sont choisies à partir de plusieurs critères dont notamment l'accessibilité, le côté esthétique, la modernité et les valeurs humaines qu'elles véhiculent. Néanmoins, l'objectif essentiel reste d'insuffler le goût de lire et d'apprécier ces œuvres en tant que telles et non de les analyser de bout en bout jusqu'à en faire perdre et le goût et l'intérêt.

D'ailleurs, pour donner plus de liberté au professeur de choisir ce qui lui convient le mieux , deux œuvres au choix sont proposées pour chaque module , à l'exception de la 1ère année du cycle du baccalauréat.

3.3- Unité assurée par des axes thématiques fédérateurs

Ces axes thématiques supplémentaires sont proposés pour aider au mieux le professeur à concevoir son projet pédagogique et à choisir les textes complémentaire. Il va sans dire que ces axes sont donnés à titre indicatif et que le professeur peut en choisir un ou plusieurs, ou si nécessaires d'autres axes non mentionnés ici, en fonction des besoins et des objectifs visés.

3.4- La séquence

La séquence didactique (ou projet séquentiel) est un ensemble d'activités visant le développement de compétences ; celles-ci constituent une réponse aux besoins des élèves, préalablement identifiés et analysés. C'est l'outil le mieux adapté à une gestion optimale du temps en fonction du rythme de chacun.

En effet, le projet pédagogique est constitué d'un ensemble de modules eux-mêmes déclinés en séquences didactiques conçues sous forme d'activités successives, cohérentes et interdépendantes. Celles-ci peuvent être effectuées en classe et hors de la classe, suivant une démarche décloisonnée, dans l'optique de développer chez l'élève les compétences voulues.

L'évaluation qui clôt la séquence permettra, en même temps, d'évaluer les nouveaux acquis et de prévoir les actions de remédiation et de consolidation qui s'imposent.

3.4.1. Les composantes de la séquence :

a- Ressources et documents complémentaires

C'est au professeur de choisir, en fonction des axes thématiques retenus, les documents textuels, iconographiques, filmiques ou autres qui peuvent soit projeter des éclairages sur la thématique globale ou l'œuvre en général ou servir de support pour les diverses activités connexes.

b- Les contenus

Les contenus proposés constituent un ensemble modulable et non contraignant que le professeur sera amené, en fonction des besoins de ses élèves, à restructurer, étoffer ou à l'inverse réduire, modifier ou tout simplement remplacer. Ce sont des ressources dont il se servira au besoin. Ils constituent plus une boîte à outils qu'un ensemble stratifié et monolithique.

3.5- Le projet pédagogique du professeur (décliné en séquences)

C'est à proprement parler la pierre angulaire de l'édifice. Le professeur doit lui accorder toutes l'attention voulue que ce soit au niveau des compétences retenues, des prérequis nécessaires, de la variété, de la complémentarité et du degré de cohérence et d'intégration des activités prévues. Il en va de même des procédures d'évaluation et de remédiation mises en place. L'essentiel est que cet outil de travail incontournable possède la flexibilité nécessaire pour d'éventuelles réadaptations en fonction de la progression des élèves.

3.5.1. Démarche du projet

Mettre en place un projet pédagogique suppose que l'enseignant procède à

- Une évaluation diagnostique (en début d'année) lui permettant de dégager le profil de la classe ;
- La négociation et à la formulation en termes contractuels du projet permettant d'associer les élèves à leur propre production et partant à leur propre formation ;
- La clarification des compétences que les élèves doivent acquérir à l'issue d'un ensemble d'activités programmées pour une période donnée ;
- L'élaboration et la programmation de tâches et d'activités diverses favorisant la construction des compétences escomptées ;
- La conception ou la prise en compte de procédures d'évaluation destinées à apprécier le degré de maîtrise de ces compétences ;
- La tenue d'un carnet de bord lui permettant de consigner au fur et à mesure, les étapes de réalisation du projet, les points forts et les points d'amélioration du travail effectué, le degré d'implication des élèves, les imprévus, etc.

3.6- Niveau taxonomique

Avant d'aborder les contenus, on doit signaler que sur le plan taxonomique, les définitions des savoirs et des activités proposés dans ce référentiel comportent quatre niveaux de maîtrise hiérarchisés.

Niveaux d' (de)	Maîtrise des savoirs	Les capacités à développer	Activités
4- maîtrise méthodologique (niveau métalogique)	Je sais sélectionner l'information, l'exploiter, la structurer et l'agencer	La pertinence du choix du savoir et la mise en œuvre du savoir-faire procédural La cohérence et la cohésion (texte et discours)	**Activité :** convergente /intégration/ autonomisation
3- maîtrise d'outils (niveau chronologique)	Je sais comment en parler et l'exprimer	Les différents modes de mise en discours : liens logiques et rhétoriques, des énoncés au texte	**Activités :** Langue / Communication :
2- expression (énonciation linguistique et discursive)	Je sais en parler, l'exprimer, le reformuler	Résumer, rendre compte, exposer	**Activités :** Production écrite ou orale
1- information (appropriation / ancrage)	Je comprends de quoi on parle et comment	Lire, analyser, comprendre un document écrit ; iconique ou autres.	**Activité :** Lecture

3.7- Les activités de mise en œuvre

Cette conception, plus proche des besoins des élèves et plus ouverte quant au rôle de l'enseignant, passe par un assouplissement des horaires impartis aux diverses activités.

Ainsi, tel projet nécessitera davantage d'heures de lecture que le précédent, tel autre privilégiera la production écrite ou l'initiation à la documentation. Le principe est que l'ensemble des activités, prévues dans le cadre du projet, convergent et se complètent.

En outre, les activités seront décloisonnées et intégrées les unes aux autres autant que nécessaire. L'enseignant, sans perdre de vue la nécessité de veiller à l'équilibre et à la progressivité des activités, essayera de les diversifier en fonction des compétences visées en réception et en production de l'oral et de l'écrit.

La répartition des activités de classe met en perspective, pour les trois années du cycle qualifiant, le cheminement d'un apprentissage progressif recherchant la consolidation des acquis des cycles antérieurs, leur perfectionnement, en vue de l'appropriation de la langue cible. Les domaines de l'enseignement apprentissage sont la lecture, l'écrit, la langue, l'oral et les travaux encadrés.

3.8- Activités de lecture

La spécificité de cette activité est la lecture et l'étude d'œuvres intégrales. Il s'agit d'articuler les analyses fragmentées (un extrait dont on justifie le choix) et les visions d'ensemble pour que les différents aspects de l'œuvre soient étudiés.

Cette forme de lecture vise :

- la perception du traitement du temps (temps de la narration, ellipses…) ;
- la construction de l'œuvre (comprendre les principes sous-jacents qui en régissent la composition) ;
- la construction du personnage (présentation, évolution, psychologie, motivations) ;
- la connaissance du genre, du courant, du contexte de production, du rapport de l'auteur avec son œuvre et l'ancrage de celle-ci dans son environnement historique et culturel ;
- l'analyse du contenu, y compris le non-dit, pour découvrir la conception du monde dont elle est le reflet ;
- la formulation des réactions de lecteurs (sympathie/rejet, compréhension/ incompréhension…).

Un tel choix demande l'adoption de démarches méthodologiques et de stratégies de lecture appropriées à l'étude de l'œuvre littéraire :

- La lecture méthodique relie constamment observation et interprétation et fait participer activement l'élève à la construction du sens à partir de réseaux d'indices textuels et discursifs. Quel que soit le genre de texte ou le type de discours considéré, c'est avec ses compétences d'analyse personnelles, y compris celles qui font intervenir sa subjectivité, que l'élève progresse dans la construction du sens ;
- La lecture analytique s'attache à dégager le sens d'un texte par une étude détaillée des techniques d'écriture, et s'intéresse aux effets que produisent ces techniques sur le lecteur.
- La lecture sélective permet de dégager les informations en fonction du projet de lecture ;
- Le groupement de textes s'appuie sur la confrontation de textes appartenant au même genre ou à des genres apparentés pour la mise en évidence de caractéristiques textuelles et discursives significatives ;

Cependant, la séance de lecture ne sera pas exclusivement réservée à l'étude de l'œuvre intégrale. Deux autres types de lecture sont à privilégier :

- **la lecture fonctionnelle** : il s'agit d'étudier des textes fonctionnels de types informatif, explicatif, prescriptif ou argumentatif dont le contenu est en rapport avec la spécialité choisie par les élèves ;
- **la lecture documentaire** : c'est une lecture qui vise la recherche d'informations. Celle-ci sollicite des stratégies différentes de celles préconisées pour l'étude de l'œuvre intégrale. Il s'agit d'expliciter les démarches de cette lecture et de procéder à un entraînement systématique pour développer cette expertise de lecture. Le recours à la reformulation, la courte synthèse ou la transposition (schéma, représentation graphique…) favoriseront l'acquisition des stratégies de cette lecture.

La séance de lecture peut aussi avoir comme supports des textes et des poèmes variés, d'auteurs francophones, notamment marocains, en vue d'élargir les horizons culturels des apprenants et de les sensibiliser à la diversité linguistique francophone.

La lecture s'intéresse également à l'étude de l'image. On utilisera des images fixes et mobiles pour apprendre aux élèves à dégager les spécificités du message iconique et à mettre en relation le langage verbal et le langage visuel ;

3.9- Activités de langue

- **Le lexique**

Enseigner le lexique est devenu une nécessité : nombre d'élèves disposent d'un vocabulaire limité, ce qui constitue un obstacle à la compréhension et explique la faiblesse de leurs productions. Développer le vocabulaire est donc un objectif prioritaire.

Le professeur fera acquérir aux élèves les connaissances lexicales nécessaires réparties en deux catégories :

- La formation des mots : dérivation, suffixation, préfixation, composition….
- Le lexique thématique en lien avec les textes étudiés, la spécialité des élèves, l'objet d'étude…

Cet enseignement du lexique doit être lié aux activités de lecture, d'oral et d'écriture.

- **Grammaire de la phrase**

Dans la continuité du collège, la grammaire de la phrase fera l'étude continue et graduée tout au long du cycle du Baccalauréat Professionnelle. Mais il faudra veiller à infléchir l'activité dans le sens d'une pratique raisonnée de la langue au service de la communication.

- **Grammaire de texte**

La cohérence du texte repose sur des régularités qui facilitent le passage d'une phrase à l'autre, d'un paragraphe à l'autre, il faudrait, donc, aider les élèves à percevoir ces régularités, aussi bien en lecture, qu'en écriture et à l'oral.

Ces éléments qui organisent le texte doivent être mis en relation avec l'énonciation.

- **L'énonciation**

Il s'agit de faire acquérir aux élèves les connaissances nécessaires à la compréhension d'un discours et de leur faire observer les différents éléments qui constituent ce discours pour qu'ils puissent comprendre un texte et produire des écrits cohérents.

3.10- Activités orales et travaux encadrés

- **Les activités orales** : Le projet pédagogique intégrera des activités orales diversifiées. Plus spécifiquement, dans le cadre de l'acquisition progressive des **techniques d'expression et de communication**, on travaillera :
- L'écoute : sans écoute, il n'y a pas d'interaction possible, pas d'avancée dans un débat ;
- L'expression : il s'agit d'amener l'élève à s'exprimer ; à réagir, à prendre la parole pour exposer clairement ses idées.

Pour ce, l'enseignant est appelé à :

- organiser des situations où l'élève produit de l'oral devant un public exposé, interview, débat, table ronde… ;
- entraîner les élèves à la prise de parole à partir d'un support écrit ou d'un document (prise de notes, schéma, photo, affiche, tableau… ;
- travailler sur le plaisir de dire (poésie-diction, jeux de scène… ;
- travailler sur la posture du locuteur (gestes, mimiques…).
- Les travaux encadrés : ils constituent un travail personnel, mais réalisé au sein d'un groupe motivé par le désir de travailler ensemble ou de traiter un sujet en commun. C'est un travail encadré par l'enseignant qui aide dans le choix du sujet à traiter, guide le groupe pour organiser le travail, contrôle régulièrement l'avancée des travaux et évalue l'implication personnelle et la cohérence de la production finale.

Les travaux encadrés exigent des élèves une plus grande autonomie.

3.11- Activités de production écrite :

La spécificité du Baccalauréat Professionnelle implique le recours à des activités de production écrite diversifiées, susceptibles de faire accéder l'élève au degré d'autonomie escompté.

A cet effet, les pratiques de productions d'écrits porteront sur :

- La prise de notes : elle est essentielle dans l'apprentissage de l'autonomie ;
- La production de discours argumentatifs ;
- L'écriture d'invention ;
- le résumé ;
- la synthèse de documents ;
- les écrits fonctionnels : compte-rendu, rapport, lettre (demande d'emploi, lettre de motivation, demande de stage, C.V…).

3.12- Répartition des contenus :

3.12.1 Niveau taxonomique

Avant d'aborder les contenus, on doit signaler que sur le plan taxonomique, les définitions des savoirs et des activités proposés dans ce référentiel comportent 4 niveaux de maîtrise hiérarchisés.

Niveaux d' (de)	Maîtrise des savoirs	Les capacités à développer	Activités
4- maîtrise méthodologique (niveau métalogique)	Je sais sélectionner l'information, l'exploiter, la structurer et l'agencer	La pertinence du choix du savoir et la mise en œuvre du savoir-faire procédural La cohérence et la cohésion (texte et discours)	**Activité :** convergente /intégration/ autonomisation
3- maîtrise d'outils (niveau chronologique)	Je sais comment en parler et l'exprimer	Les différents modes de mise en discours : liens logiques et rhétoriques, des énoncés au texte	**Activités :** Langue / Communication :
2- expression (énonciation linguistique et discursive)	Je sais en parler, l'exprimer, le reformuler	Résumer, rendre compte, exposer	**Activités :** Production écrite ou orale
1- information (appropriation / ancrage)	Je comprends de quoi on parle et comment	Lire, analyser, comprendre un document écrit ; iconique ou autres.	**Activité :** Lecture

3.12.2.Répartition et organisation des contenus

L'organisation des contenus relatifs aux aspects linguistiques et aux techniques d'expression et de communication est donnée à titre indicatif. Il appartient au professeur de restructurer, de compléter si nécessaire et d'adapter ces contenus selon les objectifs de son propre projet pédagogique.

3.12.3 Aspects linguistiques

	T.C	1ère	2ème
Lexique	1.Comprendre la formation des mots : . les mots dérivés . les mots composés 2.Les nouveaux procédés de formation : . l'abréviation . l'emprunt 3. Lexique thématique. 4. champs lexicaux 5. Figures de style 6. Niveaux de langue	1. Comprendre le vocabulaire savant : . les préfixes . les suffixes . les radicaux 2.Eviter les impropriétés : . l'homonymie . la paronymie 3. Lexique thématique 4. Champs lexicaux 5. champs sémantiques 6. Registres (tonalité du texte)	1. Choisir le mot juste : . la synonymie . l'antonymie 2. Les champs lexicaux 3. champs sémantiques 4. Lexique thématique
Grammaire, orthographe et conjugaison	Construire une phrase simple : . le G.N . le G.V . les compléments -Groupes, temps et modes	Construire une phrase complexe : . la complétive . la circonstancielle . la relative .Accord du participe passé	Comprendre l'utilisation des modes et des temps : . les modes dans la subordonnée . la concordance des temps
Grammaire du texte	1. Les mots de reprise 2. Les connecteurs : . d'énumération . spatiaux-temporels . d'analogie et de Ressemblance	1.Les connecteurs : . d'opposition . de concession . de cause et de conséquence 2. Les procédés de la généralisation, de la reformulation et de la condensation	La progression d'un texte : . la progression thématique . la cohésion/ la cohérence
Enonciation	1.Les situations de communication 2. La modalisation 3. La dénotation / la connotation	L'énonciation et le texte : . le point de vue . le discours rapporté : direct, indirect, indirect libre - les procédés de caractérisation	1. L'implicite, l'explicite 2. La présupposition 3. Les procédés d'argumentation et de persuasion 4. les procédés de caractérisation.

3.12.4 Techniques d'expression et de communication orale et écrite

Activités	TC	1ère année	2ème année
Oral	• Prise de parole en public • Faire un exposé • Présenter un dossier • Identifier les paramètres d'une situation de communication orale • Faire des jeux de rôles	• Négocier • Présenter une notice, une brochure, un schéma, un graphique, une image … • Développer des stratégies de communication : savoir convaincre, persuader, démontrer • Présenter un dossier	• Passer un entretien • Participer à un débat, à une discussion • Faire des jeux de rôle et des simulations • Présenter un compte rendu de film • Animer une rencontre, une réunion • Présenter un projet personnel • Evaluer une prestation, un projet, un exposé
Écrit	• Rédiger un texte prescriptif • Rédiger un texte narratif • Rédiger un texte descriptif • Rédiger un texte didactique • Rédiger un mode d'emploi, une notice, une recette • Rédiger un texte à la manière de … (pastiche, imitation…) • Faire un résumé • Prendre des notes	• Rédiger un CV, une demande, une lettre de motivation, un compte rendu, un rapport, une lettre administrative • Prendre des notes • Faire un résumé • Faire une synthèse • Produire un texte dans le cadre d'un projet • Jouer avec les images et les figures de style • Rédiger un texte argumentatif	• Rédiger un dialogue • Rédiger un texte argumentatif • Rédiger une fiche de lecture d'une œuvre • Rédiger un texte à partir d'un support iconique • Faire un compte rendu de lecture • Réécrire un texte avec une consigne précise • Exprimer son point de vue à propos d'une œuvre (roman, poème, film, pièce de théâtre)

3.12.5 Lecture

I Approches

- Observation et analyse de documents relevant de types et de genres divers
- Lecture linéaire
- Lecture analytique
- Lecture méthodique
- Lecture sélective
- Lecture suivie
- Lecture documentaire
- Lecture hors classe

II - Supports

- Textes, groupement de textes
- Œuvres intégrales
- Images, tableaux…
- Diagrammes, courbes…
- Documentaires, vidéos, films…

4. Thèmes et œuvres du programme

4.1- PREMIÈRE ANNÉE DU CYCLE DUBACCALAURÉAT

Pour les œuvres, se référer au courrier de la Direction des Curricula n°323.17 en date du 21 septembre 2017, arrêtant les œuvres comme suit :

1. La Boite à Merveilles, Ahmed Sefrioui ;
2. La légende de l'homme à la cervelle d'or, Alphonse Daudet ;
3. Le dernier jour d'un condamné, Victor Hugo.

Semestre	Thèmes/ Modules	Axes thématiques complémentaires -pour le choix de ressources annexes (textes, bandes sonores, films …)
1er semestre	• **Module 1** ***Arts et don de soi***	• Les arts : Littérature, peinture, cinéma … • Art et artisanat • La création artistique • La beauté esthétique • Arts et techniques ou les techniques de l'art…
	• **Module 2** ***Le progrès***	• Le confort humain • Le progrès scientifique et ses retombées sociales • Le génie humain, les grandes inventions et leur histoire • Techniques et civilisations • Les dérives de la science…
2ème semestre	• **Module 3** ***L'individu et la société***	• Le pouvoir, les régimes totalitaires, le despotisme • L'esprit de tolérance • La démocratie, les droits de l'homme • Droit et justice…

4.2- DEUXIÈME ANNÉE DU CYCLE DUBACCALAURÉAT

Pour les œuvres, se référer au courrier de la Direction des Curricula n°324.18 en date du 18 septembre 2018, arrêtant les œuvres comme suit :

1. Il était une fois un vieux couple, Mohammed KHAIR-EDDINE ;
2. Candide, Voltaire ;
3. Le père Goriot, Balzac.

Semestre	Thèmes/ Modules	Axes thématiques complémentaires -pour le choix de ressources annexes (textes, bandes sonores, films …)
1er semestre	• **Module 1** ***Voyages et découvertes***	• Les voyages de formation • Voyage, quête, recherche de la connaissance, de la sagesse… • L'altérité : l'image de l'autre, confrontation avec l'autre et découverte de soi • Le relativisme, la tolérance • …
	• **Module 2** ***La condition féminine***	• La condition de la femme dans la société • Les préjugés sociaux • Justice, égalité et parité • Les femmes célèbres • La femme et le développement durable • …
2ème semestre	• **Module 3** ***Prospection***	• Le monde de demain • Les technologies de pointe • Les nouvelles technologies et leur impact • Développement technologique et développement humain • La recherche scientifique

5. Evaluation remédiation et soutien

Les élèves intègrent de nouveaux apprentissages à tous les niveaux des composantes de la compétence de communication. Les évaluations permettent l'identification des écarts pour monter les actions de remédiation les plus pertinentes.

Ainsi, l'enseignant peut prendre des décisions pour mettre à niveau ou rehausser la qualité des réalisations langagières et discursives de ses élèves.

L'évaluation a donc pour fonction :

- d'aider les élèves à prendre conscience de leurs lacunes et d'essayer de les combler ;
- d'aider les enseignants à adapter les apprentissages proposés aux besoins de leurs élèves ;

L'évaluation et la régulation constituent donc un travail quotidien ; il a lieu à travers les observations, les tests rapides, les vérifications des travaux hors de la classe, mais aussi à travers les contrôles et devoirs périodiques.

Il est donc utile de tenir les élèves informés des différentes actions d'évaluation en :

- leur expliquant qu'ils suivent un enseignement / apprentissage par compétences ;
- établissant, avec eux, avant chaque nouvel apprentissage, des critères d'évaluation qui serviront de contrat.

D'autre part, le processus d'évaluation mobilise des ressources dont dispose l'élève (savoirs, savoir-faire, savoir être, savoir agir, savoir combiner) et des ressources externes (ressources documentaires, personnes ressources, cours, etc.). L'évaluation doit donc aller au-delà des contenus d'apprentissage pour viser le transfert des compétences et la créativité, autrement dit, le degré d'autonomie atteint par l'élève face à un problème à résoudre.

Un dispositif d'évaluation doit être mis en place.

5.1. L'évaluation diagnostique

Elle est couramment pratiquée en début d'année mais aussi au début des projets didactiques pour déceler les prérequis nécessaires.

5.2. L'évaluation formative

Elle constitue un souci permanent de l'enseignant, car la prise de conscience de l'erreur chez l'élève est un vecteur majeur d'apprentissage. Mais elle doit également permettre à l'enseignant de jeter un regard critique sur sa façon de procéder et d'enseigner : la conscientisation et la critique des pratiques enseignantes !

5.3. L'évaluation sommative

Le contrôle continu et l'évaluation certificative se feront conformément au cadre de référence en vigueur.

5.4. Remédiation et soutien :

Les activités de remédiation/soutien sont consécutives aux opérations d'évaluation et doivent s'effectuer de façon intégrée. Cela permettra à l'enseignant de varier ses pratiques, de les personnaliser et ce conformément aux styles d'apprentissages constatés (comment les apprenants apprennent).

Bibliographie

- **ADAM J-M. :** Les textes, types et typologies. Nathan Université, 1991
- **ADAM J-M et PETIT JEAN A. :** Le texte descriptif. Nathan Université 1989
- **ADAM J-M. :** Pour lire le poème. De Boeck / Duculot 1989
- **ALLAL et alii :** L'évaluation formative et didactique du français. Neuchâtel 1993
- **ALLAL.L. :**Vers une pratique de l'évaluation formative. De Boeck 1991
- **AUBERT. J. et alii :** Savoir et pouvoir : les compétences en questions. PUF. 1993
- **BARTH. B.M. :** L'apprentissage de l'abstraction. Retz 1987
- **BARTH. B.M. :** Le savoir en construction. Retz 1993
- **CHARAUDEAU. P. :** Grammaire du sens et de l'expression. Hachette Education. 1992
- **CHISS et alii :** Enseigner / apprendre à produire des textes en français. De Boeck Université 1988
- **COMBETTES B. :** «Pour une grammaire textuelle : la progression thématique» Duculot 1983
- **COMBETTES B. :** «Discours rapporté et énonciation, trois approches différentes» In Pratiques n° 64 1989
- **DESCOTES M. :** La lecture méthodique. CRDP Midi Pyrénées 1989
- **DESCOTESM. :** Lire méthodiquement des textes. Col. Didactiques. Bertrand-Lacoste 1996
- **DESCOTES M. :** La communication dans la classe de français. Projet, séquence et activités, Bertrand Lacoste 1995
- **IDT. G. ; LAUFER. R. ; MONCOFF. F. :** Le roman, le récit non romanesque, le cinéma. Col. Littérature et Langages. Nathan 1979
- **KERBRAT-ORECCHIONI C.:** L'énonciation. A. Colin 1988
- **KERBRAT-ORECCHIONI C.:** L'implicite. A. Colin 1986
- **LANGLADE. G. :** L'oeuvre intégrale. CRDP Midi Pyrénées 1991
- **LE BOTERF.G :** De la compétence : essai sur un attracteur étrange. Les Editions d'Organisation 1994
- **LEJEUNE. P. :** Le pacte autobiographique. Seuil 1975
- **MAINGUENEAU. D. :** Pragmatiques pour le discours littéraire. Dunod 1995
- **MIRABAIL. H. :** Argumenter au lycée. Séquences et modules. Col. Didactiques. Bertrand-Lacoste CRDP Midi Pyrénées. 1994
- **PAGE.C. :** Eduquer par le jeu dramatique : pratique théâtrale et éducation. ESF 2001
- **PERRENOUD.PH. :** Dix nouvelles compétences pour enseigner. ESF 2002
- **PERRENOUD.PH. :** Construire des compétences dès l'école. ESF 2000
- **REUTER. Y. :** «Comprendre, interpréter, expliquer des textes» In Pratiques n° 76- 1992
- **REY. B. :** Les compétences transversales en question. ESF 1996
- **RIFFATERRE. M. :** La production du texte. Seuil 1979
- **TOMASSONE.R. :** Pour enseigner la grammaire. Delagrave 1995
- **VECK. B. :** Groupement de textes et projet de lecture (tomes 1 et 2) Bertrand – Lacoste 1996
- **VECK. B. :** Œuvre intégrale et projet de lecture. Bertrand –Lacoste 1998
- **La Charte Nationale de l'Education et de la Formation**
- **Le livre blanc**
- **Sites web**
  - http://www.francparler-oif.org/
  - ricochet-jeunes.fr (littérature jeunesse)
  - weblettres.net (le portail des enseignants de français)
  - fle.fr (français langue étrangère)
  - abu.cnam (textes en ligne)
  - bnf.fr (Bibliothèque nationale de France)
  - alalettre.com (site dédié à la littérature)
  - cpge-cpa.ac.ma (site des classes préparatoires et des agrégations au Maroc).
  - http://www.ccdmd.qc.ca/fr/
  - http://www.lecafedufle.fr/

Table of Contents

- **Preface**
- **SECTION I: Introduction**

1.1 Goals and intended outcomes
1.2 Course description

- **SECTION II: Approach - The Competency-Based Framework**

2.1 Definition
2.2 The Competency Chart
2.3 Project work

- **SECTION III: Syllabus and Teaching Methodology**

(Common Core /Vocational Baccalaureate I /Vocational Baccalaureate II)

3.1 Syllabus
3.2 Themes
3.3 Contents
3.4 Teaching Methodology

3.4.1 Teaching Materials
3.4.2 Classroom management
- Teacher's role
- Learner's role

3.4.3 Programme requirements
3.4.4 Tips for teachers

- **SECTION IV: Evaluation and Assessment**
- **Conclusion**
- **References**

Preface

Vocational Education in Morocco is now more than just a means to meet the requirements of the job market. It is a strategic educational policy meant to develop the country's economy in an increasingly changing world. Looking for low-skilled and skillful workers is still a great demand on the part of employers. However, the human resources needed to fulfill those jobs are viewed in a much broader educational conception – ranging from building particular work competencies through fostering social inclusion to developing capabilities.

The Ministry of National Education and Vocational Training is launching a highly ambitious Project - the Vocational Baccalaureate, which is meant to be implemented and integrated within the general educational system. Basic streams likely to provide employment for Baccalaureate holders, mainly automobile sectors, aeronautic companies, tourism and agriculture are to ones to launch first. Students from third year in middle school can join this Baccalaureate which extends over a period of three years allowing students to attend the general education sector, technical education or vocational training.

With reference to the English language instruction, this document provides guidelines for teachers to consider the best standards. Actually, an effective vocational pedagogy emphasises the value of active learning, boosts student motivation and creates an anxiety-free learning environment. Teaching is nurtured by teachers' enthusiasm and maintained through teacher preparation and reflection. Such vocational education also provides opportunities to develop knowledge beyond memorisation, makes of assessment a source for learning and enables learners to be autonomous.

ENGLISH LANGUAGE GUIDELINES

FOR TECHNICAL AND VOCATIONAL EDUCATION AND TRAINING: (ETVET)

2014-2015

SECTION ONE

Introduction

This document is a subject-specific part of a National curriculum for vocational and technical education. It describes the teaching of English as a foreign language for vocational and technical education and training. It is in compliance with the general educational trends and the main principles of EFL teaching as outlined in the *Official English Guidelines* (June 2007).

The document comprises four major sections: The First Section specifies the intended outcomes and a course description, the Second Section deals with the Competency-Based Framework, the Third Section delineates the syllabus and teaching methodology for the three years of Vocational Baccalaureate. The last Section gives an overview of the assessment and performance criteria to be considered.

One definition of vocational pedagogy provided by the National team in charge of elaborating the curriculum (2014) is:

> *"vocational education entails a scientific approach to acquire knowledge through discovery learning methods capable of allowing students to gain work competencies, adapt to their work environment and be creative in their jobs."*

This definition already touches upon the large scope targeted by vocational education and specifically by the teaching and learning of English as a foreign language. English indeed occupies a very important place in students' vocational education. It is a key component in their training and an important medium for them to communicate and have access to science and technology. In much the same way as other subjects such as mathematics and technological engineering, English enables students to acquire 21st Century skills: communication, ICT literacy, leadership, critical thinking, problem solving strategies and aesthetics.

The basic aim of the curriculum is therefore to cater for students' multiple intelligences, develop their thinking skills and discovery learning strategies. Learning, which is basically competency-based and project-based, is sustained through continuous assessment during the three-year course and culminating in the Vocational Baccalaureate exam.

The conception and strategy for vocational training adopted by the Ministry of Education responds to the urgent and dynamic socio-economic changes of the labour market. It posits that students enrolling in the stream acquire basic vocational knowledge and life skills necessary for the expected workplace. Hence, the curriculum/programme should provide the possibility to:

1. *learn English for communicative purposes*
2. *acquire qualifications relevant to work competencies*
3. *receive continuous vocational training*
4. *foster opportunities for obtaining a job*
5. *develop talent and personal self-fulfillment*

1.1 Goals and intended outcomes of the curriculum

The English vocational curriculum is in conformity with the values pertaining to Islam, the Moroccan identity, culture, citizenship, and values of human rights. The goals of vocational English, as well as the teaching content and methodology, are all supposed to foster 21st Century skills, cross-cultural tolerance and globalization. *"Students must learn the essential skills for success in today's world, such as critical thinking, problem solving, communication and collaboration."*

The generic 'desirable outcomes' of such vocational curriculum, as viewed in the Moroccan context, include: the communicative competence, the acquisition of working knowledge related to tools and resources, skills for lifelong learning and self fulfilment.

An effective vocational pedagogy therefore:

1. *emphasizes the value of active learning,*
2. *creates a motivating and anxiety-free environment,*
3. *provides opportunities to develop knowledge beyond memorisation,*
4. *nurtures teacher's enthusiasm and positive attitude,*
5. *makes of assessment a source for learning and allows students to be autonomous,*
6. *Promotes teacher reflection and professional development.*

1.2 Course description :

This vocational course intends to develop students' communicative competencies in English and helps them acquire an optimal lexical repertoire related to English for technical and specific purposes.

The first year – Vocational Common Core (VCC), is somehow similar to the Common Core in the general educational sector in terms of syllabus design and coverage with slight changes in perspective bearing on the vocational expectations of students. Specialisation in the course of study starts at the First Year Vocational Baccalaureate and extends to the Second Year with greater focus on vocational and technical skills and competencies.

For more explicit explanation of the English course in vocational education and training, the chart and TVET levels 1-2-3 are described below:

English as a Foreign Language for Technical and Vocational Education and Training

(EFL for TVET)

Levels: Common core, First and Second years Baccalaureate

Level	Course Name	Course Type	Course Code	Prerequisites
Level 1	ETVET Level 1	Open	EFTVET	None
Level 2	ETVET Level 2	Open	EFTVET	ETVET Level 1 or equivalent
Level 3	ETVET Level 3	Open	EFTVET	ETVET Level 2 or equivalent

English for TVET Level 1:

This course builds on students' previous language knowledge to introduce them to the world of vocational English and help them adjust themselves to the requirements in their new environment. Students will use beginning English language skills in listening, speaking, reading, and writing for daily purposes. They will engage in short conversations using basic English language structures and simple sentence patterns, read relatively short adapted texts and write phrases and short sentences. The course also provides students with the knowledge and skills they need to begin to adapt to their new lives in the professional world. **Prerequisites**: None

English for TVET Level 2:

This course extends students' listening, speaking, reading, and writing skills in English for everyday activities as well as technical and vocational purposes. Students will participate in conversations in structured situations on a variety of familiar and new topics, read a variety of texts designed or adapted for English language learners, expand their knowledge of English grammatical structures and sentence patterns, and link English sentences to compose paragraphs. The course also supports students' lifelong learning and continuing adaptation to the requirement of the Moroccan and international job markets by expanding their strategic competence and their ability to solve real life problems in novel situations. **Prerequisite**: ETVET Level 1 or equivalent.

English for TVET Level 3:

This course further extends students' skills in listening, speaking, reading, and writing in English for a variety of everyday and vocational purposes. Students will make short classroom oral presentations, read a variety of adapted and original texts in English, and write using a variety of text forms. Students will equally expand their technical and vocational vocabulary and their study skills to facilitate their integration in the job market. This course also introduces students to the rights and responsibilities inherent in the Moroccan constitution and to a variety of current issues. **Prerequisite**: ETVET Level 2 or equivalent.

SECTION TWO

Approach - The Competency-Based Framework

This section attempts to define the Competency-Based Approach (CBA) to the Vocational Education and Training (VET) education in Morocco. Competency-Based Teaching (CBT) was first introduced in the Moroccan education system in the 90s as a substitute for the behaviouristic model. It later extended its influence to training centers and institutes of applied technology. Now, with the Vocational Baccalaureate, the Competency-based approach is revived and viewed as the key answer to education and training. It is really gaining momentum as political decisions are reinforced to prepare the work force for the job market.

2.1 Definition of competence

Competency or competence is here defined as **'the capacity to do something to a pre-described standard'**. Competence also relates to an ability to act, succeed, make progress and adequately achieve tasks and activities of vocational or personal life based on a set of knowledge, skills, attitudes, perceptions and strategies.

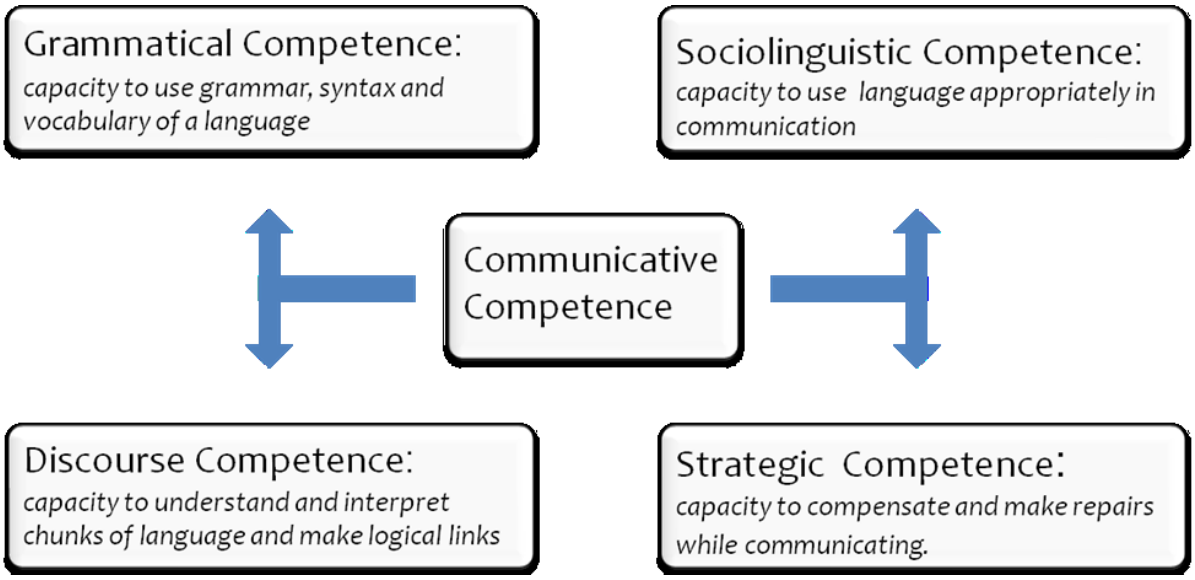
Competency in language teaching and learning has four essential characteristics:

1. *It is learner-centered and task-based.*
2. *It is based around competencies and skills that can be developed and performed through specific themes and situations.*
3. *It is organized around a set of learning tasks and/or activities that are: based on language knowledge, skills, strategies and abilities that learners have to demonstrate.*
4. *It assesses learner behavior/ performance in relation to the competencies focused upon.*

(Moroccan EFL Curriculum - 2007)

Competency-based teaching is an approach defining what a student can really do in the workplace after completing a three-year vocational course based on learning, project work and practicum experiences. Competency-Based Language Teaching, according to (Richards & Rodgers, 2001), focuses on what "learners *are expected to do with the* language." And it tends to "*define educational goals in terms of precise measurable descriptions of the knowledge, skills, and behaviors students should possess at the end of a course of study.*' The language competencies targeted are observable and measurable against already established standards and rubrics.

At the heart of the Competency-based teaching in ESL/EFL is the *communicative competence*. The *communicative competence* is a concept that was first developed by Canale and Swain (1980) and has over decades been maintained in the literature of applied linguistics. It refers to the ability to use language appropriately and effectively in authentic social environments. The diagram below shows that communicative competence comprises four major components, according to Canale and Swain:



(Adapted from Canale & Swain, 1980; Canale, 1983 & Savignon, 1997).

By developing the four major components according to some prescribed standards and levels of attainment, a Vocational Baccalaureate holder is therefore supposed to be proficient in basic communication in English with respect to the following competencies:

interpersonal and work-related

Communicate in interpersonal interactions	**Communicate effectively in the workplace**
a. Can use appropriate language for various purposes (e.g., to identify, describe, ask for information, state needs, agree or disagree) ; b. Understand or use appropriate language to influence (e.g., to convince, advise, persuade, negotiate meaning) ; c. Understand or use appropriate language in general social situations (e.g., to greet, introduce, thank, apologize) ; d. Use language to ask for clarification or make requests; e. Understand, follow or give instructions, including commands and polite requests (e.g., Do this; will you do this please?) ; f. Understand or use appropriate language to express emotions and states of being (e.g., annoyed, happy, thirsty, upset) ; g. Talk about leisure and daily activities and personal interest.	1. Respond appropriately to common personal information /questions; 2. Complete a personal information form; 3. Interpret or write a personal note, invitation, or letter; 4. Follow, clarify, give, or provide feedback to instructions; 5. Give and respond appropriately to criticism; 6. Interpret and write work-related correspondence, including notes, memos, letters, and e-mails; 7. Interpret written workplace announcements.

To specify in a more accurate way the competencies and skills to be developed, a Competency Chart is included. The Chart specifies the main competencies, lists the skills and sub-skills and finally defines the expected learning outcomes intended from the course. The shaded areas in the Levels column correspond to the targeted competencies in each level – 1, 2 and 3(Common Core, Bac 1 and Bac 2).

NB. It is essential to mention here that the aim of vocational EFL curriculum in these guidelines draws on the following general aims of the teaching of English in Morocco.

2.2 The Competency Chart

Competency	Skills and sub-skills	Performance indicators	Levels		
			1	2	3
develop full or partial communication competencies necessary for real life purposes in the workplace	✓ **listen**, understand and respond appropriately to others; ✓ **speak** effectively and participate in group discussions in different situations; ✓ **read,** understand and reflect critically upon what is read; ✓ **write** accurately and fluently; ✓ exchange information, ideas, and experiences;	• engage in short conversations • using basic English language structures and simple sentence patterns; **(application)**			
		• read very short adapted texts; **(comprehension).**			
		• write phrases and short sentences; **(application).**			
develop formal knowledge of language and sub-skills necessary for communication	✓ to acquire an understanding of the language system; ✓ to understand and use the functions of language of everyday life; ✓ to express oneself using a range of vocabulary; ✓ to acquire semantic and discourse knowledge; ✓ to understand the way language adapts to context;	• participate in conversations in structured situations on a variety of familiar and new topics; **(application).**			
		• read a variety of texts designed or adapted for English language learners; **(comprehension).**			
develop the intellectual abilities	✓ to develop high-thinking and meta cognitive skills (critical thinking) ; ✓ to develop logical reasoning, decision making, problem-solving, enquiry and evaluation skills); ✓ to use ones' knowledge of the language creatively and imaginatively.	• expand knowledge, through consciousness raising activities, of English grammatical structures and sentence patterns; **(knowledge).**			
develop cross-cultural communication and awareness of global issues	✓ to attain an understanding and appreciation of people's attitudes and values of other cultures; ✓ to consider other cultures and compare them to their own; ✓ to get acquainted with, and reflect upon international issues and relations (e.g., international organizations, human rights, women's rights, health, education, science and technology, …).	• link English sentences to compose paragraphs; **(application).**			
		• expand strategic competence and the ability to solve real life problems in novel situations. **(application).**			

2.3 Project Work

Project work in EFL is now viewed as an essential approach to activate learning and promote learner training. It is also considered as a major component in developing students' language competencies and skills. When Students are assigned project work by their teacher, they are invited to work together and develop the sense of cooperativeness but at the same time feel individually responsible to contribute to the completion of the project or the task they have been assigned within the group.

> *'By its very nature, project work places the responsibility on the students, both as individuals and as members of a cooperative learning group. Autonomy becomes a fact of life" (cited in Tudor, 1996,219, cited in Stoller).*

Equally important for vocational education is project-based learning which allows students to develop problem solving strategies and increase their creativeness. Projects, in vocational streams, indeed, constitute the bulk of experiential learning. Hands-on activities are part of everyday instruction and training. Students are required to go through processes of trial and error, and rely on themselves to complete their projects. The teacher has a major role in training students how to go about the assigned projects. Stoller suggests ten steps to ease and complete project work:

1. *Learners and teacher negotiate and agree on topics/ themes.*
2. *Learners and teacher identify the final outcome.*
3. *Teacher makes sure the outcome is of acceptable quality.*
4. *Teacher coaches learners and helps with the necessary language.*
5. *Teacher ensures that learners' projects are well-designed, manageable and beneficial.*
6. *Learners gather information, and the teacher ensures learners are collecting appropriate data.*
7. *Teacher checks that learners analyse information appropriately and are moving towards the deadline.*
8. *Teacher provides the right feedback and helps learners progress while working on their presentations.*
9. *Learners present the final project either individually or as member of a group.*
10. *Learners evaluate each others' projects and choose the ones to be celebrated through displaying them within the classroom/ school. The teacher monitors and praises the outcomes.*

SECTION THREE

Syllabus and Teaching methodology

(for Common Core /Vocational Baccalaureate I /Vocational Baccalaureate II)

As mentioned before, the methodology opted to teach EFL in these technical and vocational streams is based on the Competency-Based Approach and other extensions and procedures such as the task-based and project-based instruction. It is learner-centred, emphasizing active learning, learner autonomy and professional awareness.

This section includes a definition of the syllabus, the methodology to adopt and the themes and contents to be exploited with the vocational streams during the three years of English language instruction.

3.1 Syllabus

Syllabus for vocational classes draws on the national Guidelines for technical and science steams in general education. It provides students with topics and themes pertaining to their fields of specialization. The themes are chosen on the basis of their needs and interests to use English for technical and communicative purposes.

The vocational design course is a combination and interaction of various interrelated elements ranging from needs analysis, through goal formulation and choice of content, to evaluation and feedback. It is a roadmap for the teacher and learners to approximate what ought to be learnt and to achieve the overall teaching and learning aims of the course.

It can be structural, functional, notional, content-based, skills-based or task-based. No approach is actually favoured here. It is believed that a syllabus can be eclectically designed with a focus, of course, on communicative needs of students and tasks that simulate the real world of their professional lives.

During syllabus development as well as during English instruction, grammar receives a subsidiary role .The focus is rather on meaning and communication. The basic assumption is that students acquire a language better when the target language is presented in a natural environment (task or project-based) and when learning is focused on content and real or semi-real situations.

However, the CBA does not totally negate the conscious learning of grammar in the course of acquiring English as a foreign language. The syllabus ought to equally include some consciousness raising activities necessary to draw learners' attention to the intricacies of the formal aspects of language.

In a compromising vein, teachers can, in the early stages of learning provide students with meaningful practice to master grammar notions that are prerequisite for communication. But the more students advance in their studies (Vocational Bac 1 and Vocational Bac 2), the less dependent they become on the learning of grammar. It is their communicative competence that gains more ground as they progress in EFL instruction.

3.2 Themes

These are some topics/themes suggested to include in the TVET syllabus:

- Digital Media (computers, animation, emailing, recording, video-conferencing, etc.);
- Powered Technology: automotive, robotics, engines, etc.);
- Foods
- Agriculture (forestry, land and water management, etc.);
- Business, enterprise and financial literacy;
- Programs and events (tourism, sport and recreation, entertainment, voluntary work, etc.)

Topics to be selected should be:	
Problems- based :	▪ students develop imaginative solutions to problems or issues;
Technology-based:	▪ students understand the relationship between ICT and the job market;
Production-based:	▪ students' learning is hands-on, tactile, manipulative and active;
Decision-based:	▪ students make choices within their learning and get trained on how to make decisions;
Project-based:	▪ students work individually and in teams to complete tasks and create simple products;
Reality-based:	▪ what students learn in class should be applicable to real-life situations.

3.3 Content

The teaching content for the two years of Vocational Baccalaureate - **First Year and Second Year** is outlined in greater detail in this section.

A. English syllabus for 1st Year Vocational Baccalaureate

Themes/topics for 1st Year Vocational Baccalaureate:

1. **Professions**
2. **Entertainment**
3. **Health and Welfare**
4. **Farming**
5. **Technological Advances**
6. **Mass Media**
7. **Culture**
8. **Travel and Holidays**

By the end of the First Year Vocational Baccalaureate course, the students are expected to perform the following:

Listening	Speaking	Reading	Writing
• Identify the topic of an aural text; • Identify the main ideas; • Distinguish the main idea from supporting details; • Respond to referential questions based on an aural text; • Respond to inferential questions based on an aural text; • Distinguish implicit information from explicit information; • Deduce the meaning of words from the context of an aural text; • Transfer information to complete forms, tables, graphs etc…	• Engage in conversations, using suitable conversation management skills and appropriate Communication strategies; • Express personal feelings and emotions (anger, happiness, doubt etc…); • Respond to direct questions, instructions, suggestions, offers, visual input etc…; • Respond to factual, referential and inferential questions; • Give an oral presentation about a topic of general and/or personal interest; • React to classmates' talks and/or presentations • Report other people's talks (or conversations) effectively.	• Make predictions about a reading text using the title, captions, pictures, first or last sentence of a paragraph etc…; • Identify the main idea of paragraphs or the whole text; • Deduce the meaning of unfamiliar words; • Scan for specific information; • Skim for gist or general impression; • Make inferences: informational, explanatory and pragmatic; • Recognize referents; • Generate questions about a text; • Interpret information presented in diagrammatic form.	• Build paragraphs using a topic sentence; • Develop a text using an outline; • Use the appropriate cohesive devices where necessary; • Organize short essays to support or reject a point of view; • Extract and synthesize information from several sources and present it in a coherent text; • Trans-code Information from a diagram, chart, map, etc. into written text; • Use capitalization and punctuation correctly; • Revise, edit and rewrite own work.

Language development is also determined by the attainment of language functions and structures:

Functions	Structural Content
▪ Expressing belief or opinion ▪ Seeking and giving advice ▪ Asking for and expressing feelings, emotions and attitude ▪ Expressing promises ▪ Expressing hopes and wishes ▪ Expressing surprise ▪ Expressing interest ▪ Expressing apologies ▪ Expressing suggestions ▪ Expressing possibility ▪ complaining	▪ Present perfect (simple and continuous) ▪ Passive voice (simple present, present continuous, simple past, past continuous) ▪ Simple past ▪ Past continuous ▪ Prepositions (time, place) ▪ Conditionals 0, 1, 2 ▪ Modal auxiliaries ▪ Future: will/going to ▪ Articles ▪ Reported speech ▪ Used to ▪ Relative clauses ▪ Enough-too ▪ Reflexive pronouns ▪ Phrasal verbs

NB. In addition to the new elements to be introduced, it is necessary to recycle the most important language points taught in the previous course Level 1.

B. English syllabus for 2nd Year Vocational Baccalaureate

Themes/topics for 2nd Year Vocational Baccalaureate:

1. **Education**
2. **Inventions**
3. **Business**
4. **Natural Phenomena**
5. **Agriculture**
6. **Environment**
7. **Safety at Work**
8. **Citizenship**

Upon the completion of Level Three (Second Year Vocational Baccalaureate), learners are expected to attain the following learning competencies and standards:

Reading standards and competencies	
Content	**Performance**
1. ***Reading standard 1:*** *extract meaning from a variety of materials written in English;* 2. ***Reading standard 2:*** *analyze and synthesize reading materials;* 3. ***Reading standard3:*** *react to reading materials;* 4. ***Reading standard 4:*** *recognize the author's point of view, attitude, intent, and tone;* 5. ***Reading standard 5:*** *interpret cultural elements found in reading materials;* 6. ***Reading standard 6:*** *transfer gained knowledge and strategies to other subject matters and communities.*	1. *Predict what a text is going to be about;* 2. *Skim a text for general idea;* 3. *Scan a text for specific information;* 4. *Make inferences: informational, explanatory and pragmatic;* 5. *Infer word meaning from the context;* 6. *Identify referents;* 7. *Identify discourse markers and their functions in the text;* 8. *Distinguish fact from detail;* 9. *Distinguish fact from example;* 10. *Distinguish fact from opinion;* 11. *Distinguish cause from effect;* 12. *Read for the author's attitude;* 13. *Read for the author's intention;* 14. *Make notes from a reading text;* 15. *Re-arrange the ideas or topics discussed in the text;* 16. *Evaluate ideas expressed in a text (i.e. critical reading) ;* 17. *Draw conclusions from the text.*

Listening standards and competencies	
Content	**Performance**
1. ***Listening standard** 1: learners will be able to demonstrate awareness of the communication process;* 2. ***Listening standard 2:** learners will be able to listen to various types of texts for a variety of purposes;* 3. ***Listening standard 3:** learners will be able to use skills and strategies to enhance listening;* 4. ***Listening standard 4:** learners will be able to identify, analyze and evaluate a variety of spoken texts.*	1. *Being aware of the various components of the process of communication; namely, the message, sender, receiver, shared knowledge, channel, feedback, and inference;* 2. *Use high-order skills (selecting, analyzing, organizing, categorizing, evaluating, etc.) to understand spoken texts;* 3. *Interact communicatively with spoken discourse to decipher the literal and implied meanings;* 4. *Use listening skills to identify what is culturally appropriate or inappropriate;* 5. *Listen and take notes.*

Speaking standards and competencies	
Content	**Performance**
✓ ***Speaking standard** 1: learners will be able to effectively speak in different situations for a variety of purposes and with a variety of audiences ;* ✓ ***Speaking standard** 2: learners will be able to convey messages and make use of a range of skills and strategies to speak effectively, using their current proficiency to the fullest;* ✓ ***Speaking standard 3:** learners will be able to evaluate information by recognizing the interlocutor's purpose, draw conclusions or make informed decisions to interact with the interlocutor effectively;* ✓ ***Speaking standard 4:** learners will be able to speak with their interlocutors in a culturally appropriate way.*	• *Identify and use spoken discourse appropriately;* • *Prepare and deliver information by generating topics, organizing ideas, facts or opinions for a variety of speaking purposes and audiences (e.g. relating experiences, telling a story or presenting a report) ;* • *Use main ideas (or thesis statements) to organize and communicate information;* • *Participate in group discussions using appropriate language functions;* • *Predict, clarify, analyze, interpret, ask and respond to questions;* • *Plan logical steps and organize resources to carry out a task within a given time frame (e.g. collecting information for a presentation; giving and following multiple-step directions) ;* • *Evaluate responses both as interviewers and interviewees;* • *Be aware of cross-cultural similarities and differences;* • *Use effective and appropriate vocabulary and logical connectors to relate or summarize ideas, events and other information;* • *Express personal feelings and emotions (anger, happiness, doubt, surprise, etc.) ;* • *Respond to direct questions, instructions, suggestions, offers, visual input, etc;* • *Use supra-segmental features (intonation, stress, and rhythm) accurately.*

Writing standards and competencies	
Content	**Performance**
◆ ***Writing standard 1:*** *learners will be able to use written language for a variety of purposes and with a variety of audiences;* ◆ ***Writing standard 2:*** *learners will be able to use a range of writing skills and strategies in the writing process to complete a variety of tasks;* ◆ ***Writing standard 3:*** *learners will be able to apply the cultural and rhetorical aspects of different text types to write appropriately;* ◆ ***Writing standard 4:*** *learners will be able to apply skills to complete a variety of tasks effectively, individually or in groups, for example, projects.*	◆ *Use mechanics (spelling, punctuation, capitalization) and applying the appropriate structures and vocabulary to get their message across;* ◆ *Use a variety of sentence structures: compound, complex sentences, the active voice, the passive voice, parallelism, etc.;* ◆ *Use an appropriate text structure according to the conventions of the targeted genres ;* ◆ *Use cohesive devices and transitions to organize content at the level of paragraph(s) and whole text effectively;* ◆ *Select an appropriate style according to their audience;* ◆ *Write multiple drafts, and make use of idea-gathering strategies, peer-editing and proof-reading.*

The following genres and modes are highly recommended in the teaching of writing:

- Informal, formal letters (requesting information, applying for a job, complaining, etc. and writing emails);
- CVs, ads, memos, taking notes;
- Brief biographical texts chronologically ordered;
- Reports on projects or action plans;
- Explanations of processes (e.g.: recycling waste paper, manufacturing, working machines…);
- Short essays on a variety of interesting/relevant topics related to the textbook content and field of interest
- Narrative, descriptive, expository, and argumentative essays.

The writing tasks must be closely linked to the following topics:

- ***Education***
- ***Inventions***
- ***Business***
- ***Natural Phenomena***
- ***Agriculture***
- ***Environment***
- ***Safety at Work***
- ***Citizenship***

Language development is also determined by the attainment of language functions and structures .As a reminder, two types of functions need to be catered for in this syllabus - *social and rhetoric functions as shown in the chart below:*

Functions		Grammar	Vocabulary
Social functions	**Rhetoric functions**		
- *Making and responding to requests* - *Responding to good and bad news* - *Expressing regret* - *Complaining* - *Apologising* - *Asking for advice* - *Giving advice* - *Expressing opinion* - *Asking for opinion* - *Agreeing and disagreeing* - *Expressing certainty and uncertainty* - *Expressing lack of understanding and asking for clarification*	◆ *Defining* ◆ *Cause and effect* ◆ *Purpose* ◆ *Addition* ◆ *Concession* ◆ *Comparing and contrasting*	◆ *Past perfect;* ◆ *Future perfect;* ◆ *Conditional 3/Wish, If only (past);* ◆ *Reporting commands, statements, and questions in the present and past.* ◆ *Modals: present past and past;* ◆ *Infinitive vs. Gerund;* ◆ *Phrasal verbs with particular focus on the meaning of particles (e.g. up for increasing, down for decreasing);* ◆ *Passive voice and its uses;* ◆ *Passive with modals and its uses;* ◆ *Restrictive and non-restrictive clauses;* ◆ *Linking words.* *NB. The various structures cited above must occur naturally in both the written and spoken texts.*	◆ *Vocabulary related to each topic;* ◆ *Collocations ;* ◆ *Poly-words, sense relations;* ◆ *Idiomatic expressions;* ◆ *Suffixes, prefixes and their meaning.*

3.4 Teaching Methodology

Teaching materials and classroom management in technical and vocational training ought to be aligned with the theories of learning underpinning the Competency-Based Approach. The two components encompass a large number of interwoven elements interacting in the classroom. It is indeed in the classroom situation where such interaction between teacher, students and teaching materials (textbook) determines the degree of success or failure of any course. The use of instructional materials and the role of teacher and student are key components in the successful implementation of the EFL syllabus.

Instructional standards in the vocational education aim at developing:

1. *instructional activities that integrate the four language skills to emphasize the holistic nature of learning;*
2. *language tasks that enhance students' communicative competence;*
3. *activities that focus on the acquisition of communication skills necessary for students to function in real-life situations;*
4. *instruction that focuses on the development of the receptive skills (listening and reading) before the development of the productive skills (speaking and writing);*
5. *a variety of grouping strategies (whole-group, small-group, pair work, individual work) in the classroom to facilitate student-centered instruction;*
6. *instructional activities that are varied in order to address the different learning styles (aural, oral, visual, kinesthetic) of the students;*
7. *activities that integrate language and culture so that students learn about their own culture and the cultures of others;*
8. *learning activities that tap higher level thinking processes (analysis, synthesis, and evaluation);*
9. *instructional activities that require students to take active roles in the learning process; transferring critical thinking to real problem-solving situations in their everyday lives.*

Adapted from : Model Standards for Adult Education Programs - 1992.

3.4.1 Teaching materials

It goes without saying that teaching materials for technical and vocational education to teach English as a foreign language should abide by the same teaching approach aiming at developing the generic skills of students and the global competencies needed for integration in the job market and other social environments. Textbooks should make of learners' needs a priority to function in the language classroom. Use of instructional materials (textbooks, handouts, teaching aids, use of the interactive whiteboard, video projector,...) would enormously help the teacher in developing students' language competencies to communicate fluently and appropriately.

Supplementary materials can also be provided to enhance the learning and boost students' lexical and grammatical knowledge at the beginning stages and gradually train them to make of communication an effective medium to get things done. Content presented to students in a scaffolding mode allows students to progressively gain self confidence in their potential and develop strategies for autonomous learning.

3.4.2 *Classroom management*

Classroom management is central to good teaching practice. Teachers have to acquire the necessary skills to maintain discipline and good conduct. Creating a good learning environment is prerequisite to language and intellectual development of students.

- ***Teacher's Role***

The teacher has a major role in the implementation of the English syllabus. He has to make the right choices, the right decisions and commit herself to the profession to improve the quality of teaching and learning. In addition to the teaching materials available, the teacher is a resource himself. His role is no longer limited to providing information. It extends to making sure that learning is really taking place and that the target competencies are gradually developed through the basic skills and projects assigned.

The Teacher of EFL in vocational training has to:

- *Raise students' awareness to active learning;*
- *Train them in study skills;*
- *Change their negative attitudes and foster their motivation;*
- *Change their role from knowledge receivers to investors in the learning process;*
- *Scaffold and recycle instruction with regard to basic skills.*

- ***Student's Role***

The role of student in the learning process is equally important in the attainment of teaching goals. Students ought to invest a lot in the learning process and help teacher build language content and contribute, in a cooperative way, to the achievement of group work activities. They have to realize that knowledge must not be poured in their heads; it is integrated and shared with others. Developing learner training strategies is one way towards enabling learners to become independent and accountable.

3.4.3 *Programme requirements*

- **Programme coverage:**

All learners must cover the 8 units (4 each semester); Second Year vocational textbooks ought to include four supplementary reading passages. These reading texts should be task-based and related to the themes below:

- *Safety at work*
- *Technology – car industry and aeronautics*
- *Agriculture*
- *Tourism*
- *Job opportunities*

- **Continuous assessment :**

Teachers assess learners' performance either holistically or analytically. Quizzes and tests should tap:

- *The language skills and competencies*
- *Language: grammar, vocabulary, functions, etc.*
- *Writing competencies*

Continuous assessment modes:

- *3 quizzes (15 to 20 minutes) per semester*
- *2 summative tests per semester*

Assessment could provide constructive feedback to both teacher and students about the degree of success attained with regard to the teaching/learning outcomes.

3.4.4 *Tips for teachers_*

❖ **Lesson plan:** Six-Stage Lesson plan

Lesson preparation is of paramount importance in determining the success of a teacher's daily performances. It is necessary for the teacher to make the appropriate changes concerning the textbook units in the light of students' needs and learning expectations. Students have to be motivated through varied teaching materials gauged to their needs and interests.

The lesson plan format below is often used for effective instruction, especially for vocational streams.

Set the teaching aim	*Determine what your students will be able to do upon completion of this teaching session.*

Lesson stage	**Definition**
Warm-up or Review	*Provide an activity to focus learner attention on the lesson objective and/or an activity that encourages learners to use previously taught skills/vocabulary that tie into the lesson.*
Introduce	*Establish the purpose of the lesson by stating the objective and relating it to the learner's own life. "After this lesson, you will be able to . . ."*
Present	*Present new information and checks for comprehension.*
Practice	*Learners are provided opportunities to practice the new knowledge that has been presented.*
Evaluate	*Provide an activity that assesses individual learners on their attainment of the lesson objective.*
Apply	*Learners use the language /information/ material/ in a new situation.*

Adapted from : NewInstructorCALPRO.pdf

❖ The SQ4R: A METHOD TO UNDERSTAND BETTER

The Method is recommended to reading long texts such as those suggested as supplementary reading texts for Second Year Vocational streams. **SQ4R** method stands for: - **S**urvey - **Q**uestion - **R**ead - **R**ecall - **R**eview - **R**eflect

Survey the text

- *Read the title, headings, and subheadings.*
- *Look at pictures, captions under pictures, charts, graphs or maps.*
- *Skim any questions at the end.*
- *Read the introductory and concluding paragraphs.*
- *Read summary or abstract.*
- *Anticipate or predict.*

Question while you are surveying

- *Turn the title, headings, and/or subheadings into questions.*
- *Ask yourself, "What do I already know about this subject?"*
- *Read questions at the end of the chapters or after each subheading.*
- *Ask yourself, "How can I answer the questions under the text?".*

When you begin to Read

- *Look for answers to the questions you first raised.*
- *Answer questions at the beginning or end of chapters or study guides.*
- *Reread captions under pictures, graphs, etc.*
- *Note all the underlined, italicized, bold printed words or phrases.*
- *Reduce your speed for difficult passages.*
- *Stop and reread parts which are not clear.*
- *Read only a section at a time and recite after each section.*

Recall after you've read a section:

- *Orally ask yourself questions about what you have just read and/or summarize, in your own words, what you read.*
- *Take notes from the text but write the information in your own words.*
- *Underline/highlight important points you've just read.*
- *Use the method of recitation which best suits your particular learning style.*
- *Remember to look for answers as you read and to recite or take notes before moving on.*
- *Recall/try remembering key terms and concepts.*
- *Tell your peer what the text is about.*

Review with your peer

- *Share ideas with your peer. Refer to the text.*
- *When you study a text, try to link new facts, terms, and concepts with information you already know.*

Reflect about your reading

- *Read your notes and check your memory by reciting and quizzing yourself again.*
- *Seek to explain why you have / have not been able to read effectively.*
- *Think of ways to improve your reading.*

Adapted from www.wwup.ed/academics/learning_center/sq4r_reading_method.html

SECTION IV

Evaluation and Assessment

Overview

Evaluation is one of the most important processes of the English vocational curriculum. Reliable evaluation tools must be used to provide constant feedback on the implementation of all the curriculum components – attainment of intended goals, effectiveness of teaching materials, conduciveness of learning environment, and validity of assessment tools. If assessment yields positive results, this means that previous development stages in syllabus design and classroom practice have somehow been successful.

In this section, the focus is mainly on both *formative* and *summative* assessment as viewed by the Standards-Based approach. Assessment in this Baccalaureate cycle is an important tool for all partners. It is important for teachers to evaluate the progress their students make after a period of instruction; it is important for students to feel confident about their progress and change their learning strategies. It is also important for educators and parents to account for their efforts and investments. But the peak of this course of study is the Vocational Baccalaureate exam!

Although assessment is that important in education, teachers often give it a perfunctory thought and consider it and teaching as distinct entities, while they should be considered analogous and interrelated. But in terms of influence, research has proved that assessment has a stronger impact on students than teaching:

> *"Assessment, rather than teaching, has a major influence on students' learning. It directs attention to what is important. It acts as an incentive for study. And it has a powerful effect on what students do and how they do it. Assessment also communicates to them what they can and cannot succeed in doing. For some, it builds their confidence for their future work; for others, it shows how inadequate they are as learners and undermines their confidence about what they can do in the future."* Boud, D., & Falchikov, N. (2007) p. 3.

Assessment can be viewed in three dimensions as explained in the graph below:

Assessment		
assessment *for* Learning	assessment *as* Learning	assessment *of* Learning
allows teacher to use data derived from assessment about students' knowledge and skills to guide their teaching – the wash-back effect of testing.	*helpsstudents become more aware of their own learning practice - providing them with a scope of reflection to monitor their learning process and self-assessment strategies.*	*enables teachers to gather evidence from students' performance and compare it against the intended learning outcomes.*

Though the three dimensions seem to stress specific target objectives, they all bear on the same concept of reinforcing and directing learning/teaching towards the intended goals.

The Standards-Based approach to assessment is mainly concerned about assessing the learning outcomes, specifying the tasks to be accomplished by students/testees and determining the benchmarks and the assessment criteria for each level of attainment.

It is within the Standards-Based Framework that the target competencies and basic skills of students ought to be assessed. The Standards-Based procedures are viewed as the most appropriate to determine a set of terminal learning performances and skills. Based on accurate assessment criteria and performance indicators, such performances indicate the mastery of skills and predict the capability to integrate in the workplace after obtaining the Vocational Baccalaureate.

Rubrics

Assessing students' language skills and competencies according to pre-established criteria can be very accurate. So instead of the holistic or impressionistic view, the teacher, by using rubrics, can approximate students' performances in basic skills and determine the level or levels they have attained. In assessment, when students know exactly what is expected of them and the teacher explains to students the expected achievement levels, performances are usually excellent and outstanding. The following grid is suggested for teachers to test/assess students' overall language competencies and skills:

LISTENING COMPREHENSION:

EVELS		*ISTENING STANDARDS & COMPETENCIES*	*Yes*	*No*
1	*Beginning*	*Can understand single sentences, questions, commands supported by gestures and mime, and speech which is very simple and slow.*		
2	*Early Intermediate*	*Can understand phrases and expressions related to areas of most immediate priority (e.g. very basic personal and family information, shopping, local geography, employment) provided speech is clearly and slowly articulated.*		
3	*Intermediate*	*Can understand factual information about common everyday or job related topics, identifying both general messages and specific details, provided speech is clearly articulated in a generally familiar accent.*		
		Can understand the main points of clear standard speech on familiar matters regularly encountered in work, school, leisure etc,.		
4	*Early Advanced*	*Can understand standard spoken language, live or broadcast, on both familiar and unfamiliar topics normally encountered in personal, social, academic or vocational life. Extreme background noise may impede understanding.*		
		Can understand the main ideas of speech, including technical discussions in his/her field of specialization.		
		Can follow extended speech and complex lines of argument provided the topic is reasonably familiar.		
5	*Advanced*	*Can understand enough to follow extended speech on abstract and complex topics beyond his/her own field.*		
		Can recognize a wide range of idiomatic expressions, appreciating register shifts.		
		Can follow extended speech even when it is not clearly structured and when meaning is only implied.		
6	*Proficient*	*Has no difficulty in understanding any kind of spoken language, whether live or broadcast, even delivered at fast native speed.*		

SPEAKING:

LEVELS		*SPEAKING STANDARDS & COMPETENCIES*	*Yes*	*No*
1	*Beginning*	*Can understand and use simple utterances to greet, talk about weather, express likes and dislikes, provide personal information about oneself.*		
		Can introduce him/herself and others and can ask and answer questions about personal details such as where he/she lives, people he/she knows and things he/she has.		
2	*Early Intermediate*	*Can understand sentences and expressions related to (e.g. very basic personal and family information, shopping, jobs, interests, local geography, employment and so on).*		
		Can describe in simple terms aspects of his/her background, immediate environment, and describe a process in simple language.		
3	*Intermediate*	*Can understand the main points of spoken language on familiar matters (job environment, leisure, market, etc.)*		
		Can communicate in situations likely to arise whilst traveling in places where the language is spoken.		
		Can describe experiences and processes, hopes and ambitions and give reasons and explanations for opinions and plans.		
4	*Early Advanced*	*Can understand the main ideas of complex spoken text, including technical discussions (presentations) in his/her field of specialization.*		
		Can interact with a degree of fluency and spontaneity that makes regular interaction with native speakers quite possible.		
5	*Advanced Speaker*	*Can express him/herself fluently and spontaneously without much obvious searching for expressions.*		
		Can use language flexibly and effectively for social, academic and professional purposes.		
6	*Proficient Speaker*	*Can understand with ease almost everything heard or read.*		
		Can express him/herself spontaneously, very fluently and precisely.		

READING COMPREHENSION:

LEVELS		*READING STANDARDS & COMPETENCIES*	*Yes*	*No*
1	*Beginning*	*Can understand short, simple adapted texts, dialogues on familiar matters.*		
2	*Early Intermediate*	*Can understand very short, simple texts - a single phrase at a time, picking up familiar names, words and basic phrases and re-reading to get the gist.*		
3	*Intermediate*	*Can read texts on subjects related to his/her field and interest with a satisfactory level of comprehension (brochures, guides, notices, etc.)*		
4	*Early Advanced*	*Can read with a large degree of independence. May have an active reading vocabulary, but may experience some difficulty with low frequency idioms.*		
5	*Advanced*	*Can understand in detail lengthy, complex texts, whether or not they relate to his/her own area of specialty.*		
6	*Proficient*	*Can understand and interpret critically nearly all forms of the written language including abstract, newspapers, magazines, or highly scientific or technical writings.*		
		Can understand a wide range of long and complex texts, appreciating subtle distinctions of style and implicit as well as explicit meaning.		

WRITING:

LEVELS		*WRITING STANDARDS & COMPETENCIES*	*Yes*	*No*
1	*Beginning*	*Can write simple isolated phrases and sentences – name, family and home,…*		
2	*Early Intermediate*	*Can write simple phrases and sentences about their family, living conditions, likes and dislikes, describe a job/place, etc.*		
		Can write emails and correspond with pen-pals.		
3	*Intermediate*	*Can write about everyday aspects of his/her environment, e.g. people, places, a job or study experience in linked sentences.*		
		Can write very short, basic descriptions of events, past activities and personal experiences, memos, notes, etc.		
		Can narrate a story; can write letters of application to thank, complain, persuade, apologize,…		
		Can describe a process in simple sentences and write a description of an event - feelings expressed in simple connected text.		
4	*Early Advanced*	*Can write clear, detailed descriptions of real or imaginary events and experiences, marking the relationship between ideas and following writing conventions of the genre concerned.*		
		Can write clear, detailed descriptions on a variety of subjects related to his/her field of interest.		
5	*Advanced*	*Can write clear, well-structured and developed descriptions and texts in a personal, natural style appropriate to the reader in mind.*		
		Can write clear, well-structured narrative or argumentative essays, using cohesive devices appropriately and respecting writing conventions.		
6	*Proficient*	*Can write clear, smoothly flowing, complex texts in an appropriate and effective style and a logical structure which helps the reader to find significant points.*		

The above rubrics can be applied to evaluate students' performances in English as a medium for communication in all modes. The six levels depict the optimum proficiency levels that can be attained depending on students' potentials and permeability to learning. But for students in vocational streams, consisting of a three-year course, the degree of school attainment may not, in most circumstances, reach the fifth and sixth levels.

Conclusion

This Guide for Technical and Vocational Education and Training (TVET) has attempted to provide a roadmap for teachers, including the most essential elements and guidelines to teach English during the three-year Vocational Baccalaureate cycle in Morocco. The First Section states the aims and intended outcomes, and further describes learners' profiles and the course entry requirements, the Second Section defines the Competency-Based model specifying the target competencies and skills, the Third Section deals with the syllabus, contents and the teaching methodology, while the Fourth Section provides snapshots of evaluation and assessment processes that are aligned with the Standard-Based approach- an approach which is mostly concerned about backward mapping, performance indicators and outcomes.

As a final note, the Ministry of National Education and Vocational Training is highly counting on the Vocational Baccalaureate Project to give a new breath to the whole education system in the country, and this by reconsidering the challenging issues so long worrying educational experts:

- *how schools can open wider educational horizons.*
- *how learning can be improved and students reach their full potentials.*
- *how to make of education an effective tool to promote peace and sustainable development.*
- *How to bridge the gap between education/training and the job market (providing jobs).*

These, and other challenges lying ahead, can hopefully be met by properly implementing the Vocational Baccalaureate. English, one of the main school subject and a tool for transferring technology, would certainly help students acquire the communicative competence necessary at the workplace, and enable them to develop 21st Century skills: ICT literacy, leadership, critical thinking, and problem solving strategies.

References

- *English Language Guidelines 2007, Direction des Curricula, Nadia Edition, Rabat.*
- *Bülent Alan and Fredricka L. Stoller Maximizing the Benefits of Project Work in Foreign Language Classrooms V OLUME 43 NUMBER 4 2005 ENGLISH T EACHING FORUM.*
- *Brown, Douglas. (1994b). Teaching by Principles: an interactive approach to language pedagogy. New Jersey: Prentice Hall Regents.*
- *Chaibi, Ahmed. (2002). Teaching Vocabulary: practical and theoretical considerations. In MATE newsletter, Fall 2002.*
- *Coady, J. and Huckin, T. (1997). Second Language Vocabulary Acquisition: a rationale for pedagogy. Cambridge: Cambridge University Press.*
- *M.E.N. (1996). Recommendations pédagogiques et programmes de l'anglais dans l'enseignement secondaire.*
- *Munby, J.(1978). Communicative Syllabus Design. Cambridge: Cambridge University Press.*
- *Dubin and Olshtain. (1986). Course Design: developing programmes and materials for language learning. New directions in language teaching. Cambridge. Cambridge University Press.*
- *Grabe, W. (1991). Current Developments in Second Language Reading Research. "TESOL Quarterly, 25"(3), 375-*
- *Nunan, D . (1989). Designing Tasks for the Communicative Classroom. New York: C. U. P.*
- *Falchikov, N. (2007). In: Rethinking Assessment in Higher Education (Boud, D. & Falchikov, N.), pp. 128-144. Abingdon. Routledge.*
- *Peter van Engelshoven, Workshop on principles of curriculum development for VET,*
- *CARDS programme work material, Belgrade, 2003, page No7.*

Webliography

- *http://www.impactseries.com/grammar/becoming.html. (Oct.5th 2006.)*
- *http://www.eslpartyland.com/teachers/nov/grammar.html. (Oct.5th 2006.)*
- *http://www.esl.about.com/cs/techingtechnique/a/a_teachergrammar.htm.(Oct.11th 2006.)*
- *http://www.Gabrielatos.com/MindingOurPs.htm.2006.(Nov.18th 2006)*
- *http://www.calpro/eslguide.pdf*
- *Website: www. africa-union.org*
- http://www.vetserbia.edu.rs/methodology of curriculum
- *https://teaching.unsw.edu.au/standards-based-assessment.*
- *http://www.lasc.edu/students/bridges-to-success/documents/NewInstructorCALPRO.pdf*

SG06 : Mathématiques

I. Préambule

L'enseignement des mathématiques aux baccalauréats professionnels permet l'acquisition de connaissances et de méthodes nécessaires à chaque élève pour construire son avenir personnel, professionnel et citoyen, et préparer la poursuite d'études supérieures. Cet enseignement contribue aussi au développement des compétences transversales relatives à l'autonomie, la prise d'initiative, la créativité et la rigueur.

Le programme de mathématiques aux baccalauréats professionnels consolide les acquis des élèves, les organise, les développe et élargit les domaines d'application. Il fournit entre autres des outils permettant aux élèves de suivre avec profit les enseignements des disciplines scientifiques et professionnelles, comme il leur permet d'acquérir la démarche mathématique et expérimentale en développant les capacités d'observation, de recherche, d'expérimentation, d'abstraction, de raisonnement et de communication. Il permet aussi le développement des capacités d'auto- apprentissage et d'adaptation aux exigences changeantes de la vie active et aux nouveautés de l'environnement culturel, scientifique, technologique et professionnel.

Ainsi, les objectifs de l'enseignement des mathématiques aux baccalauréats professionnels doivent refléter l'importance de la culture mathématique et sa contribution dans l'intégration du citoyen dans une société qui se développe continuellement. Dans cette perspective, les programmes de mathématiques visent les objectifs suivants :

II. Objectifs généraux :

1. Développer la capacité de l'apprenant à résoudre des problèmes par la mise en œuvre des démarches d'investigation et d'expérimentation ;
2. Fournir les outils mathématiques et logiques nécessaires pour les disciplines générales et professionnelles ;
3. Développer la capacité de l'apprenant à utiliser le raisonnement mathématique ;
4. Développer la capacité de communication écrite et orale ;
5. Fournir à l'élève des bases solides en mathématiques qui le qualifient pour la poursuite des études supérieures ou pour l'intégration dans la vie professionnelle dans des circonstances appropriées.

III. La démarche pédagogique :

La démarche pédagogique à mettre en œuvre doit :

1. Prendre en compte les acquis des élèves :

Les rubriques du programme de chaque niveau du cycle baccalauréat professionnel se situent dans le prolongement des programmes des niveaux antérieurs. L'architecture des programmes propose une progression en spirale qui permet à l'élève de revenir plusieurs fois sur la même notion afin de la renforcer et la développer. Il est donc utile, avant l'introduction d'une notion, de connaitre les acquis effectifs des élèves. Ceci permet à l'enseignant d'adapter, en conséquence, la suite de son enseignement et le cas échéant de gagner du temps en évitant des redites.

2. Privilégier une pédagogie s'appuyant sur des situations réelles ou liées aux champs professionnels

La démarche consiste à bâtir des mathématiques le plus souvent possible, à partir de problèmes apportés notamment par les disciplines scientifiques et professionnelles et, en retour, à utiliser les savoirs mathématiques comme outils pour la résolution de problèmes issus des autres disciplines ou de la vie courante. Les situations étudiées doivent fréquemment être issues du ou des champs professionnels.

3. Privilégier une démarche d'investigation

Cette démarche vise à limiter la transmission des connaissances (du professeur vers l'élève) au profit de la construction du savoir par l'élève. Elle favorise la construction des savoirs et des capacités à partir de situations problèmes motivantes, réelles ou proches de la réalité pour conduire l'élève à :

- S'approprier le problème ;
- Rechercher, extraire et organiser l'information utile ;
- Expérimenter (en utilisant éventuellement des outils logiciels) en s'appuyant sur des calculs numériques, des représentations ou des figures ;
- Chercher des exemples ou des contre-exemples, simplifier ou particulariser une situation, reformuler un problème ;
- Emettre une conjecture ;
- Raisonner, argumenter, valider un résultat ;
- Communiquer à l'aide d'un langage mathématique clair et rigoureux.

4. Proposer des activités de synthèse :

Des activités de synthèse et de structuration des connaissances et des savoirs –faire concluent la séance d'investigation ou de résolution de problèmes.

5. Accorder une place aux Technologies de l'Information et de la Communication dans l'enseignement des mathématiques

Les programmes de mathématiques au baccalauréat professionnel prévoient un usage incontournable des TIC dans l'enseignement des mathématiques. Les possibilités d'application offertes par les techniques informatiques contribuent dans bien des domaines à la compréhension de concepts mathématiques et scientifiques. Elles permettent entre autres d'expérimenter, de simuler, d'émettre des conjectures ou des hypothèses...

Par ailleurs, l'outil informatique doit être sollicité lorsque son utilisation apporte une plus-value à l'enseignement dispensé et selon un scénario pédagogique bien déterminé.

Par exemple :

- le tableur pour les activités en analyse (suites numériques, représentations graphiques..), en probabilités…
- un logiciel de géométrie dynamique pour les activités géométriques, analytiques et fonctionnelles,
- l'internet pour les recherches documentaires…

IV. L'évaluation

L'évaluation des acquis est indispensable à l'enseignant dans la conduite de son enseignement. Il lui appartient d'en diversifier le type et la forme : évaluation écrite ou orale, individuelle ou collective, avec ou sans TIC.

Programme de mathématiques au cycle Baccalauréat Professionnel

L'ensemble du programme concerne deux domaines mathématiques :

Analyse et Algèbre
Dénombrement et probabilités

Organisation du programme

Le programme fixe les objectifs à atteindre en termes de capacités. Il est conçu pour favoriser une acquisition progressive des notions et leur perpétuation. Son plan n'indique pas la progression à suivre.

1. Analyse et Algèbre

Ce domaine vise essentiellement la résolution des problèmes de la vie quotidienne et professionnelle relevant de la modélisation de phénomènes continus ou discrets. Ainsi, on consolide l'ensemble des fonctions mobilisables, enrichi de nouvelles fonctions de référence, les fonctions racine nième $(n \leq 3)$, la fonction logarithme népérien et la fonction exponentielle. L'étude de phénomènes discrets fournit un moyen d'introduire les suites et leur génération en s'appuyant sur des registres différents (algébrique, graphique, numérique, géométrique) et en faisant appel à des logiciels. Les interrogations sur leur comportement amènent à une première approche de la notion de limite qui sera développée en classe de la deuxième année du baccalauréat.

Les objectifs principaux de ce domaine sont :

- Traduire en langage mathématique et résoudre des problèmes à l'aide d'équations, de suites, de fonctions… ;
- Construire et exploiter des représentations graphiques ;
- Calculer des aires des surfaces en utilisant le calcul intégral ;
- Utiliser le type de raisonnement convenable selon la situation étudiée ;
- L'introduction des matrices, et les opérations sur les matrices pour cette filière, est faite en considération de ses diverses applications, et ce sont des outils efficaces pour résoudre des systèmes linéaires.

2. Dénombrement et Probabilités

L'introduction de ce module a pour objectif de rendre les élèves capables :

- de choisir le modèle de dénombrement adéquat selon la situation étudiée ;
- d'étudier et modéliser des expériences relevant de l'équiprobabilité ;
- de proposer un modèle probabiliste à partir de l'observation de fréquences dans des situations simples.
- d'interpréter des événements de manière ensembliste ;
- de mener à bien des calculs de probabilité. Les situations étudiées concernent des expériences à une ou plusieurs épreuves.

Première année du cycle du baccalauréat pro.

Algèbre **1- Notions de logique**		
Capacités attendues	***Contenus***	***Recommandations pédagogiques***
- Utiliser le raisonnement convenable selon la situation étudiée ; - Rédiger des raisonnements mathématiques et des démonstrations claires et logiquement correctes ; - Etudier la vérité d'une proposition logique ; - Comprendre le sens d'une proposition logique et donner sa négation.	- Propositions ; opérations sur les propositions ; les quantificateurs ; - Les raisonnements mathématiques : raisonnement par l'absurde ; raisonnement par disjonction des cas ; raisonnement par équivalence.	- On approchera les propositions, les lois logiques et les méthodes de raisonnement à partir d'activités diverses et variées en relation avec les acquis de l'élève et à partir de situations mathématiques, déjà rencontrées, et dont le côté mathématique ne doit pas faire entrave à leurs résolutions... ; - On évitera toute construction théorique et tout usage excessif des tableaux de vérité ; - Les résultats concernant la logique devront être exploités dans les différents chapitres du programme à chaque fois que l'occasion se présente.
2-Dénombrement		
. - Utiliser l'arbre des choix dans des situations de dénombrement ; - Appliquer le dénombrement pour résoudre des problèmes variés ; -utiliser le modèle adéquat selon la situation étudiée.	-les ensembles finis - Principe général du dénombrement ; Nombre d'arrangements, nombre de permutations, nombre de combinaisons ; - Propriétés des nombres C_n^p ,formule du binôme de Newton ; -nombre de parties d'un ensemble fini ; - Applications : Tirage simultané, tirage avec remise, tirage sans remise	- On présentera le dénombrement à l'aide du principe du produit, du principe de la somme et de la technique de l'arbre ; - Il faudra diversifier les activités issues de la vie quotidienne ;

3- Calcul numérique		
-Utiliser la proportionnalité pour traiter des situations variées.	3.1- La proportionnalité ; les pourcentages ; l'échelle.	- On rappellera la notion de la proportionnalité et les autres notions en relation avec elle, et on les renforcera dans des situations en rapport avec les spécificités de ces deux branches.
- Résoudre des équations et des inéquations se ramenant à la résolution d'équations et d'inéquations du premier degré à une inconnue ; - Résoudre des systèmes du premier degré à deux inconnues par les différentes méthodes étudiées ; - Mathématiser des situations faisant intervenir des quantités variables, se ramenant à la résolution d'équations, d'inéquations et de systèmes.	3.2- Equations et inéquations du premier degré ou du second degré à une inconnue ; - Signe d'un trinôme du second degré ; - Système de deux équations du premier degré à deux inconnues.	- La résolution des équations et inéquations du premier degré ou du second degré à une inconnue et des systèmes de deux équations du premier degré à deux inconnues, a déjà été pratiquée, on évitera de la présenter de nouveau. - Il faudra consolider et renforcer toutes ces notions, dans le cadre d'activités variées et bien choisies et dans le cadre de la mathématisation de problèmes issus de la vie quotidienne ou des matières de la spécialité, pour faire acquérir aux élèves les habiletés et les capacités attendues.
3.3-Les suites		
- Reconnaitre une suite arithmétique ou géométrique et déterminer sa raison et son premier terme ; -Calculer la somme de n termes consécutifs d'une suite arithmétique ou géométrique ; - Utiliser les suites arithmétiques et les suites géométriques pour résoudre des problèmes variés.	- Suites numériques ; - Suites numériques ; - Suites arithmétiques ; - Suites géométriques.	- On présentera les suites à partir de situations convenables ; - Toute construction théorique de la notion de suite est hors programme ; - La leçon des suites constituera une occasion pour familiariser les élèves avec l'usage de l'outil informatique.

3-4Le calcul sur les matrices		
Maitriser le calcul sur les matrices	Matrice à une seule colonne ; matrice carrée d'ordre 2 ; 3 ou 4 Somme de deux matrices carrées ; produit d'un nombre réel par une matrice carrée ; produit d'une matrice carrée par matrice à une seule colonne ; produit de deux matrices carrées	On présente une matrice carrée d'ordre n comme un tableau carré de nombres réels à n colonnes et n lignes ($2 \leq n \leq 4$)

3-5le logarithme décimal		
Simplifier des expressions contenant des logarithmes décimaux ; Résoudre des équations avec des logarithmes décimaux ; Utilisation de la calculatrice (ou des TIC) pour calculer des valeurs approchées du logarithme décimal d'un nombre réel strictement positif ou pour déterminer une valeur approchée d'un nombre dont le logarithme décimal est connu.	le logarithme décimal ; la notation Log les formules $\log(ab)$; $\log(\frac{a}{b})$; $\log(\sqrt{a})$; $\log(a^n)$; $(n \in \mathbb{Z})$	L'utilisation des nombres 10^n ; $(n \in \mathbb{Z})$ Puis admettre l'extension sur $\mathbb{R}_+^*$

-

Analyse **1-Généralités sur les fonctions (rappel et compléments)**		
- Comparer deux expressions en utilisant différentes techniques; - Déduire les variations d'une fonction ou ses valeurs maximales et minimales à partir de sa représentation graphique ou de son tableau de variations ; - Lier la lecture et l'interprétation de certaines représentations graphiques à certaines propriétés des fonctions.	- Fonction paire ; fonction impaire ; interprétation graphique ; - Fonction majorée, fonction minorée, fonction bornée ; - Comparaison de deux fonctions ; interprétation graphique ; - Monotonie d'une fonction ; taux de variation ; - Extremums d'une fonction.	- On familiarisera les élèves à déduire les variations d'une fonction numérique à partir de sa représentation graphique ; on s'intéressera aussi au tracé des courbes ; - On utilisera, dans la limite des moyens disponibles, la calculatrice et des logiciels permettant l'étude des fonctions.

2- Les limites		
- Calculer les limites des fonctions polynômes et des fonctions rationnelles, et des fonctions irrationnelles.	- Limites des fonctions : x $\rightarrow$x,x$\rightarrow$ x2et x $\rightarrow$x3 et limites de leurs inverses, au point zéro et en + ∞ et - ∞ ; - Limite finie et limite infinie en un point et en;+ ∞ et - ∞ - Limite à droite ; limite à gauche ; - Opérations sur les limites ; - Limites des fonctions polynômes et des fonctions rationnelles, et fonctions irrationnelles ; -limites et ordre.	- On présentera la notion de limite de manière intuitive à partir du "comportement" des fonctions de référence figurant au programme et leurs inverses au voisinage de 0, et en + ∞ et - ∞ ,et on admettra ces limites ; - On admettra les limites des fonctions polynômes et des fonctions rationnelles en + ∞ et - ∞ et en tout point de leurs domaines de définition ; - On admettra les opérations sur les limites finies et infinies et on familiarisera les élèves à utiliser correctement ces opérations. -On familiarisera les élèves à enlever l'indétermination.
3- Dérivabilité		
- Reconnaitre que le nombre dérivé d'une fonction en x0 est le coefficient directeur de la tangente à sa courbe au point d'abscisse x0 ; - Reconnaitre la dérivabilité des fonctions polynômes et des fonctions rationnelles ; - Déterminer l'équation de la tangente à une courbe en un point donné et la construire ; - Déterminer la monotonie d'une fonction à partir de l'étude du signe de sa dérivée ; - Résoudre des problèmes d'application sur les valeurs minimales et les valeurs maximales ; - Déterminer le signe d'une fonction à partir de son tableau de variations ou de sa représentation graphique.	- Nombre dérivé d'une fonction en un point ; interprétation géométrique du nombre dérivé ; droite tangente à une courbe en un point x0; - Equation cartésienne de la droite tangente ; - Dérivabilité sur un intervalle ; fonction dérivée ; - Dérivation des fonctions : $f+g$, λf , fg , $\frac{1}{f}$, $\frac{f}{g}$, f^n $(n \in IN^*)$, $f(ax+b)$, $\sqrt{f}$ -Monotonie d'une fonction et signe de sa dérivée ; extrémums d'une fonction dérivable sur un intervalle.	- parmi les exemples à traiter on citera : approcher les fonctions définies par : $h \rightarrow (1+h)^2$, $h \rightarrow (1+h)^3$, $h \rightarrow \frac{1}{1+h}$, $h \rightarrow \sqrt{1+h}$ au voisinage de zéro par des fonctions affines ; - On admettra les deux propriétés concernant la monotonie et le signe de la dérivée ainsi que les opérations sur les fonctions dérivées.

4- Etude et représentation d'une fonction		
- résoudre graphiquement des équations et des inéquations de la forme $f(x)=c$, $f(x)\leq c$, $f(x)=g(x)$, $f(x)\leq g(x)$, f et g étant des fonctions figurant au programme, - Utiliser les éléments de symétrie de la courbe d'une fonction pour réduire son domaine d'étude ; - Représenter des fonctions polynômes de degré deux ou trois et des fonctions homographiques ; - Utiliser la représentation d'une fonction ou son tableau de variations pour étudier les solutions de certaines équations et inéquations.	- Asymptote horizontale ; asymptote verticale, directions asymptotiques ; -points d'inflexions, concavité de la courbe d'une fonction ; -les éléments de symétrie de la courbe d'une fonction ; - exemples d'étude et de représentation des fonctions :	- On se limitera admettra les branches infinies de la courbe d'une fonction polynôme de troisième degré ; - On s'intéressera à la résolution graphique des équations et des inéquations de la forme $f(x)=c$, $f(x)\leq c$, $f(x)=g(x)$, $f(x)\leq g(x)$, $f(x)< c$, f et g étant des fonctions figurant au programme, dans le cas où la résolution algébrique n'est pas à la portée des élèves.

Deuxième année du cycle du baccalauréat pro.

1. Analyse

1-1-Suites numériques

Capacités attendues	Connaissances	Recommandations pédagogiques
- Utiliser les suites géométriques et les suites arithmétiques pour étudier les suites numériques de la forme $u_{n+1} = au_n + b$ et $u_{n+1} = \frac{au_n + b}{cu_n + d}$; - Utiliser les limites des suites de référence et les critères de convergence pour déterminer les limites des suites numériques ; - Utiliser les suites pour résoudre des problèmes issus des domaines divers.	- limite d'une suite numérique : - limites des suites de référence : $(n)_n$; $(n^2)_n$; $(n^3)_n$; $(n^p)_n$; $(\sqrt{n})_n$; $\left(\frac{1}{n}\right)_{n>0}$; $\left(\frac{1}{n^2}\right)_{n>0}$; $\left(\frac{1}{n^3}\right)_{n>0}$; $\left(\frac{1}{\sqrt{n}}\right)_{n>0}$; $\left(\frac{1}{n^p}\right)_{n>0}$ avec p entier naturel - suite convergente - critères de convergence d'une suite numérique - suite croissante majorée - suite décroissante minorée - suite divergente - opérations sur les limites - limites et ordre - Etude de la convergence de la suite géométrique (q^n) ; - Etudie de la convergence de la suite $v_n = f(u_n)$, avec f une fonction continue - Etude de la suite $u_{n+1} = f(u_n)$ sur un intervalle I tel que $f(I) \subset I$.	○ une étude théorique de la notion de limite d'une suite est hors programme ○ En partant des fonctions référentielles, on admet les limites des suites : $(n)_n$; $(n^2)_n$; $(n^3)_n$; $(n^p)_n$; $(\sqrt{n})_n$; $\left(\frac{1}{n}\right)_{n>0}$; $\left(\frac{1}{n^2}\right)_{n>0}$; $\left(\frac{1}{n^3}\right)_{n>0}$; $\left(\frac{1}{\sqrt{n}}\right)_{n>0}$; $\left(\frac{1}{n^p}\right)_{n>0}$ avec p entier naturel supérieur à 3 ○ Les opérations sur les limites finies et les limites infinies sont à admettre, et il faut habituer les élèves à les utiliser correctement ; ○ Il faut exploiter l'outil informatique dans ce chapitre, en utilisant les outils logiciels et/ou en programmant des algorithmes

1.2-continuité

Capacités attendues	Connaissances	Recommandations pédagogiques
- Etudier la continuité d'une fonction en un point en utilisant le calcul des limites ; - Déterminer l'image d'un segment ou d'un intervalle par une fonction continue et par une fonction continue et strictement monotone ; - Appliquer le théorème des valeurs intermédiaires dans l'étude de certaines équations et inéquations, ou pour l'étude du signe d'une expression .... ; Appliquer le théorème de la fonction réciproque dans le cas d'une fonction continue et strictement monotone sur un intervalle.	- Continuité d'une fonction en un point ; - Continuité à gauche et continuité à droite en un point ; -Continuité sur un intervalle (cas des fonctions polynômes – des fonctions rationnelles –de la fonction $x \mapsto$) ; - Image d'un intervalle et d'un segment de IR par une fonction continue ; - Cas d'une fonction continue et strictement monotone sur un intervalle ; - Fonction réciproque d'une fonction continue et strictement monotone.	- On adopte la définition suivante : on dit qu'une fonction f est continue en un point x_0 si $\lim\limits_{x \to x_0} f(x) = f(x_0)$; - On admet les résultats concernant la continuité des fonctions polynômes, des fonctions rationnelles, et de la fonction $x \to \sqrt{x}$, et on insistera sur leurs applications ; - On admet que l'image d'un segment par une fonction continue est un segment, et que l'image d'un intervalle est aussi est un intervalle ; - On admet que $f+g$, fg , λf sont des fonctions continues sur un intervalle I, si f et g sont deux fonctions continues sur I ; - On admet que gof est une fonction continue sur un intervalle I, si f - est continue sur I, et g est continue sur f(I) .

1.3- dérivabilité et étude des fonctions numériques

Capacités attendues	Connaissances	Recommandations pédagogiques
- Calculer des fonctions dérivées ; - Étudier les variations d'une fonction ; - Déterminer le signe d'une fonction à partir de son tableau des variations, ou à partir de sa courbe représentative. - Résoudre graphiquement des équations, et des inéquations de la forme : $f(x)=g(x)$, $f(x)\leq g(x)$; - Déterminer la monotonie de la fonction réciproque d'une fonction continue et strictement monotone sur un intervalle et la représenter graphiquement ; - Déterminer le nombre dérivé en un point de la fonction réciproque ; - Résoudre des problèmes d'application concernant les valeurs maximales et les valeurs minimales ; - Etudier et représenter graphiquement des fonctions rationnelles ou irrationnelles.	○ Continuité et dérivation ; ○ Dérivée de la composée de deux fonctions ; ○ Dérivée de la fonction réciproque ; ○ Exemples d'étude d'une fonction.	- On fait un rappel de la notion de dérivée et de ses applications à partir d'activités variées ; ○ A partir de l'étude d'exemples de fonctions polynômes, fonctions rationnelles, et fonctions irrationnelles, renforcer les acquis des élèves sur les limites, la dérivabilité, l'approximation d'une fonction par une fonction affine, les éléments de symétrie de la courbe d'une fonction, l'étude des branches infinies, et de la résolution de quelques équations et inéquations graphiquement ; ○ Se limiter à l'étude de quelques modèles de fonctions irrationnelles dont le signe de la dérivée ne pose pas de difficultés, et c'est l'occasion d'étudier des exemples d'équations irrationnelles ; ○ L'étude de la fonction : $x\rightarrow\sqrt[n]{u(x)}$ $(n\geq 3, u(x)\geq 0)$ est hors programme, et on se limite à déterminer sa dérivée ; ○ Exploiter les logiciels permettant le calcul de la dérivée, et l'étude des fonctions.

1.4-Primitives

Capacités attendues	Connaissances	Recommandations pédagogiques
○ Déterminer les fonctions primitives des fonctions usuelles ; ○ Utiliser les formules des dérivées pour déterminer les fonctions primitives d'une fonction sur un intervalle ;	○ Primitives d'une fonction continue sur un intervalle. ○ Primitives d'une somme de fonctions, du produit d'une fonction par un réel.	○ Entrainer les élèves à retrouver les primitives des fonctions usuelles, par lecture inverse des formules de dérivation.

1.5- Fonctions logarithmes et Fonctions exponentielles

Capacités attendues	Connaissances	Recommandations pédagogiques
- Maitriser le calcul algébrique des logarithmes ; - Maitriser la résolution des équations, inéquations et systèmes d'équations contenant des logarithmes ; - Connaitre et appliquer le logarithme décimal (surtout dans le cas des équations de la forme $10^x=a$) ; - Maitriser les limites logarithmiques et exponentielles et les utiliser ; - Maitriser l'étude et la représentation des fonctions contenant la fonction logarithme; - Maitriser la résolution des équations, inéquations et systèmes d'équations exponentielles logarithmiques ;	**Fonction logarithme népérien** $x \mapsto$: ○ Définition - Propriétés algébriques ○ Notation ln et étude de la fonction logarithme népérien : $x \mapsto$ ○ la dérivée de la fonction logarithme népérien ○ les fonctions primitives de la fonction : $x \to \frac{u'(x)}{u(x)}$ ○ la fonction logarithme à base a : -Définition et propriétés ; -la fonction logarithme décimal ; **Fonction exponentielle népérienne** : - Définition - Propriétés algébriques ;	○ On introduit la fonction ln juste après le chapitre sur les primitives, comme étant la fonction primitive de la fonction : $x \to \frac{1}{x}$ sur $]0,+\infty[$ qui s'annule en 1. ○ L'étude des variations est conduite à l'aide de la dérivée. ○ La fonction logarithme décimal est introduite à partir de la fonction ln. Les propriétés algébriques de cette fonction se déduisent de celles de la fonction logarithme népérien. ○ La fonction exponentielle népérienne est la bijection réciproque de la

- Maitriser l'étude et la représentation des fonctions contenant la fonction logarithme népérien et la fonction exponentielle népérienne ; - Déterminer des valeurs approchées du nombre e^a, avec a un nombre réel, ou déterminer des valeurs approchées du nombre a , avec e^a un nombre connu.	- notation $\exp$, et étude de la fonction $x \to \exp$; - Le nombre e et l'écriture e^x ; - Primitives de la fonction $x \mapsto$ $^{u(x)}$; - Fonction exponentielle de base a, avec $\boldsymbol{a > 0}$ et $\boldsymbol{a \neq 1}$ Définition - Propriétés algébriques ; - Dérivée de la fonction $x \mapsto$, avec $\boldsymbol{a > 0}$ et $\boldsymbol{a \neq 1}$.	fonction logarithme népérien ; ○ Pour tout réel a strictement positif ; $a^b = e^{b\ln(a)}$; ○ On admet $\lim\limits_{x \to +\infty} \ln x = +\infty$; ○ Les limites usuelles des fonctions logarithmes et les fonctions exponentielles, et les limites suivantes : $\lim\limits_{x \to +\infty} \frac{\ln x}{x^n}$; $\lim\limits_{x \to +\infty} \frac{e^x}{x^n}$; $\lim\limits_{x \to -\infty} x^n e^x$ et $\lim\limits_{x \to 0^+} x^n \ln(x)$ sont considérées comme limites de référence de base ; ○ les fonctions logarithmes et les fonctions exponentielles sont utilisés pour la résolution de problèmes divers.

1.6- calcul intégral

Capacités attendues	Connaissances	Recommandations pédagogiques
○ Calculer l'intégrale de fonctions en utilisant la fonction primitive et la technique de l'intégration par parties ; ○ Interpréter, dans le cas d'une fonction positive, une intégrale comme l'aire d'une surface ; ○ Maitriser l e calcul de l'aire d'un domaine du plan limité par deux courbes et deux droites parallèles à l'axe des ordonnées.	○ L'intégrale d'une fonction continue sur un segment ; ○ Propriétés de l'intégrale : ○ Relation de Chasles – bilinéarité- intégrale et l'ordre- Valeur moyenne ; ○ Techniques de calcul de l'intégrale : - Utilisation des primitives - Intégration par parties ; ○ Calcul des aires des surfaces : - Calcul de l'aire d'un domaine du plan limité par la courbe d'une fonction et deux droites parallèles à l'axe des ordonnées ; - Calcul de l'aire d'un domaine du plan limité par deux courbes et deux droites parallèles à l'axe des ordonnées.	- L'intégrale d'une fonction sur un segment est introduite à partir de la notion de fonction primitive d'une fonction continue ; - On admet toutes les propriétés, et on peut les interpréter graphiquement en utilisant l'aire d'une surface.

4-STATISTIQUE ET PROBABILITÉS :

4.1- analyse combinatoire (dénombrement)

Capacités attendues	Connaissances	Recommandationspédagogiques
○ Utiliser l'arbre des choix dans des situations combinatoires ; ○ Utiliser le modèle combinatoire(ou de dénombrement) adéquat à la situation étudiée ; ○ Application du dénombrement dans la résolution de problèmes variés.	○ Principe fondamental du dénombrement, ○ arbre des possibilités ○ Nombre d'arrangements ; la notation A_n^p ; ○ Nombre de permutations ; la notation $n!$; ○ Nombre de combinaisons ; la notation C_n^p ;	○ On introduira le dénombrement à partir de la technique de l'arbre des choix et des deux principes : de la somme et du produit ; ○ Il est recommandé de varier et diversifier les activités issues du domaine professionnel ou de la vie courante.

4.2- calcul des probabilités

Capacités attendues	Connaissances	Recommandations pédagogiques
- Calculer la probabilité de la réunion de deux évènements, et l'intersection de deux évènements - Calculer la probabilité d'un évènement Contraire $\overline{A}$. - Utiliser le modèle de dénombrement convenable selon la situation étudiée ; - Reconnaitre deux évènements indépendants ; - Déterminer la loi de probabilité d'une variable aléatoire et calculer ses différents paramètres ;	- Expériences aléatoires ; - Stabilité de la fréquence d'un évènement aléatoire ; - Probabilité d'un évènement ; - Equiprobabilité ; - Probabilité conditionnelle ; - Indépendance de deux épreuves Indépendance de deux évènements ; - Variable aléatoire : - Définition – exemples ; - Loi de probabilité d'une variable aléatoire - paramètres d'une variable aléatoire :	○ Habituer ○ les élèves à concevoir la simulation convenable suivant l'épreuve aléatoire en question et l'appliquer ; ○ Eviter toute introduction théorique de la notion de probabilité ; ○ La connaissance des symboles $\cup$ (réunion), $\cap$ (intersection) et la notation $\overline{A}$ (évènement contraire) est exigible ; ○ D'après la répétition d'une épreuve aléatoire simple un assez grand nombre de fois (lancer une pièce de monnaie,

- Reconnaitre la loi binomiale et l'appliquer dans diverses situations.	- espérance, variance, écart-type - loi binomiale.	tirer une boule d'une urne,……..) on en déduit La stabilité de la fréquence d'un événement aléatoire, puis on admet ce résultat, on peut utiliser la touche "rand" de la calculatrice scientifique (programmable ou non) , ou les logiciels intégrés dans l'ordinateur pour cet effet ○ Il faut partir de situations concrètes et progressives, qui permettent aux élèves de s'entrainer progressivement à décrire des épreuves aléatoires avec le langage probabiliste ; ○ On introduit la probabilité d'un événement à partir de la stabilité de la fréquence d'un événement aléatoire ; ○ On consolide l'introduction des notions des probabilités, avec des exemples variés couvrant tous les cas possibles ; ○ On applique les probabilités dans des situations variées (commerciales, économiques, et financières).

ORGANISATION PEDAGOGIQUE

I. Considérations générales et modalités de calcul des volumes horaires

1. Les enseignements dispensés dans les formations sont sous statut scolaire préparant au baccalauréat professionnel ;
2. Durée du cycle: trois années scolaires correspondant au cycle de l'enseignement secondaire qualifiant ;
3. L'année scolaire organisée par une décision ministérielle est constituée de **34 semaines** d'activités scolaires y compris l'évaluation ;
4. Des enseignements/modules peuvent être communs à un ensemble de filières ;
5. Les enseignements dispensés prennent en considération les exigences des deux possibilités; l'exercice direct d'un métier ou la poursuite des études.

II. Répartition des horaires hebdomadaires des Disciplines de l'enseignement général

Discipline	1ère Année	2ème Année
Langue et Culture Arabe	2h	2h
Education islamique	2h	1h
Philosophie	2h	2h
Français – Culture et communication	4h	4h
Anglais –culture et communication	3h	3h
Mathématiques	2h	2h
Education physique	2h	2h
Total Enseignement Général	**17h**	**16h**

III. Répartition des Savoirs ou Modules des enseignements professionnels

Savoir ou module	1ère Année	2ème Année
MODULE - 1- : Univers du Commerce au Maroc	60	
MODULE - 2- : Prospection de la clientèle	74	
MODULE - 3- : Techniques de vente	120	
MODULE - 4- : Télévente	40	
MODULE - 5- : Marketing	120	
MODULE - 6- : Introduction au Droit Commercial	120	
MODULE - 7- : Documents et Calculs commerciaux	60	
MODULE - 8- : Gestion de la Relation Client		60
MODULE - 9- : Gestion des Approvisionnements		66
MODULE - 10- : Merchandising		120
MODULE - 11- : Promotion des ventes		70
MODULE - 12- : Gestion de la Caisse		50
MODULE - 13- : e-business		60
MODULE - 14- : Logiciel de Gestion Commerciale		90
MODULE - 15- : Projet de Création d'entreprise		60
Total Annuel Enseignement Professionnel	**594**	**576**
Stage en entreprise	**Facultatif**	**4 semaines**

IV. Horaire hebdomadaire globale

Type d'enseignement	1ère Année	2ème Année
Enseignement général	**17h**	**16h**
Enseignement professionnel	**18 h**	**18 h**
Total	**35h**	**34h**

V. Orientations pédagogiques

5.1. Pédagogie du projet

Apprendre à travers le projet :

Aujourd'hui, les modèles **pédagogiques transmissifs** centrées sur les savoirs, où le rôle de l'élève est d'écouter, de tenter de comprendre, de faire consciencieusement ses exercices et de restituer ses acquis dans le cadre de tests de connaissance papier-crayon, le plus souvent individuels et notés, ont cédé la place aux **pédagogies dites actives**, et aux **approches constructivistes**, interactionnistes et systémiques et qui font appel à un autre **contrat didactique**.

En effet, dans ce modèle le rôle de l'élève est de s'impliquer, de participer à un effort collectif pour réaliser **un projet** et construire, par la même occasion, d'autres compétences. Il a droit aux essais et aux erreurs. Il est invité à faire part de ses doutes, à expliciter ses raisonnements, à prendre conscience de ses façons de comprendre, de mémoriser, de communiquer.

Cela modifie considérablement le contrat didactique et interdit à l'élève de se replier et l'oblige, au contraire, à savoir écouter, formuler des propositions, négocier des compromis, prendre des décisions et s'y tenir, partager ses soucis ou ses savoirs ; savoir répartir les tâches et les coordonner ; savoir évaluer l'organisation et l'avancement du travail ; gérer des tensions, des situations d'échecs et in fine une source majeure de **confiance en soi** et un renforcement d'identité ; qui sont à leur tour des ingrédients précieux du rapport au savoir, de l'envie d'apprendre et du sentiment d'en être capable.

Dans une société où la coopération et le travail en réseau deviennent la règle dans les organisations, notamment autour de projets, ce seul objectif pourrait justifier un entraînement intensif dans le cadre scolaire, et au-delà des compétences individuelles, la pédagogie du projet permet aux élèves de prendre conscience de l'importance d'une intelligence collective ou distribuée, de la capacité d'un groupe, s'il fonctionne bien, de se fixer des buts qu'aucun individu ne peut espérer atteindre seul.

*Développer **l'autonomie** et la capacité de faire des choix et de les négocier*

Dans un projet, chacun risque d'être emporté par des options collectives qu'il ne comprend ou ne partage pas, faute d'avoir su défendre et faire prévaloir au moins quelques-unes de ses idées. Une démarche de projet favorise donc un double apprentissage :

•d'une part, l'apprentissage de l'autonomie par rapport au groupe, qui permet de à l'individu de se ménager des zones dans lesquelles il reste maître de son action ou du moins d'une partie des modalités, voire des finalités ; pour cela, il faut savoir faire reconnaître sa compétence et se faire déléguer des tâches sans qu'elles soient prescrites dans leur détail ;

•d'autre part, l'apprentissage des façons concrètes de se faire entendre dans un groupe et d'influencer les décisions collectives, de sorte à pouvoir s'y reconnaître.

Ces deux compétences sont étroitement complémentaires. L'individu sauvegarde son autonomie en protégeant une sphère d'activité où il est " maître chez soi " aussi bien qu'en infléchissant les orientations du groupe et les règles du jeu dans le sens de ses propres préférences

5.2. Stage en entreprise :

a) Contexte de la formation en milieu professionnel

La formation dispensée en entreprise se déroule sous la responsabilité du chef d'établissement de la formation professionnelle sur la base d'une convention, établie entre l'établissement de la formation professionnelle et la structure d'accueil. Les modalités de mise en œuvre de la convention sont établies conjointement par l'équipe pédagogique et le(s) tuteur(s) : (modes de relations à établir, types d'activités, objectifs et contenus de formation).

L'organisation prendra en compte :

- Les contraintes matérielles des entreprises et des établissements de la formation professionnelle;
- Les objectifs pédagogiques spécifiques à ces périodes ;
- Les cursus d'apprentissage.

Les périodes de formation en milieu professionnel sont des phases déterminantes de la formation menant au diplôme et, à ce titre, doivent être en interaction avec la formation donnée au centre de formation. L'établissement de la formation professionnelle se charge de l'encadrement, du suivi et de la gestion pédagogique du stage en milieu professionnel:

- La durée du stage est de 4 semaines minimum et n'est pas nécessairement successive ;
- La période de déroulement du stage peut être programmée du 1er juillet (en 1ère année du Baccalauréat professionnel) au 30 avril (en 2ème année du Baccalauréat professionnel) et ce, en dehors des périodes des enseignements des matières générales.

Cette formation est préparée, mise en œuvre, suivie, exploitée une fois terminée, et évaluée, sous la responsabilité des enseignants en collaboration avec les entreprises concernées.

Elles concourent à l'acquisition des compétences requises pour l'obtention du diplôme et visent à développer les capacités d'autonomie et de responsabilité du candidat à l'issue de sa formation.

A cet effet, elles doivent permettre au futur diplômé :

- d'appréhender par le concret les réalités économiques, humaines, techniques de l'entreprise
- de prendre conscience de l'importance de la compétence de tous les acteurs et services dans une entreprise.
- de participer à des activités afin de conforter et d'acquérir des savoirs et savoir-faire ;
- d'utiliser les matériels ou les outillages spécifiques ;
- d'appréhender les contraintes de sécurité et les méthodes de travail ;
- d'observer et d'analyser au travers de situations réelles, les différents éléments d'une stratégie de qualité et de percevoir concrètement les coûts induits de la non qualité ;
- d'utiliser ses acquis dans le domaine de la communication, en mettant en œuvre, en particulier, de véritables relations avec différents interlocuteurs ;

La diversité des entreprises, liées au champs professionnels, susceptibles d'accueillir en formation des candidats au Baccalauréat Professionnel, tant par la nature de leurs activités que par leur taille, oblige à une certaine souplesse dans la définition des activités en entreprise et des capacités qu'elles permettent d'acquérir, ainsi que des modalités qui devront être adaptées à chaque situation particulière.

Le choix des activités les plus pertinentes, en fonction de l'entreprise d'accueil, doit être arrêté par l'équipe de professeurs, en liaison avec l'entreprise ou la collectivité d'accueil. L'annexe pédagogique jointe à la convention fixera les exigences minimum.

b) Rôle du tuteur

La formation du futur professionnel s'appuie sur toute personne de l'entreprise, mais particulièrement sur le tuteur désigné par l'entreprise ou la collectivité d'accueil.

Le tuteur a pour rôle d'accueillir le candidat au Baccalauréat Professionnelet de suivre sa progression en l'aidant à évoluer dans le contexte professionnel.

Il transmet ou fait transmettre au candidat les connaissances spécifiques, pratiques et techniques indispensables au futur professionnel.

Il lui facilite l'accès aux différents secteurs présentant un intérêt professionnel, économique et social pour sa formation.

Tout en lui apportant les informations de base indispensables, il doit favoriser sa capacité d'autonomie et encourager sa curiosité dans le cadre d'une situation de travail et d'un environnement nouveau.

Organisation

Au terme d'une convention de stage entre établissement, lieu de formation et l'entreprise d'accueil pour le stage, au cours de cette période de stage, l'élève doit constituer un dossier comprenant un rapport d'activités conduites en entreprise. Ce rapport est visé par le tuteur de l'élève en entreprise. Ce visa atteste que les activités développées dans le rapport correspondent à celles confiées à l'élève au cours de sa formation en entreprise.

Le rapport d'activités doit faire apparaître :

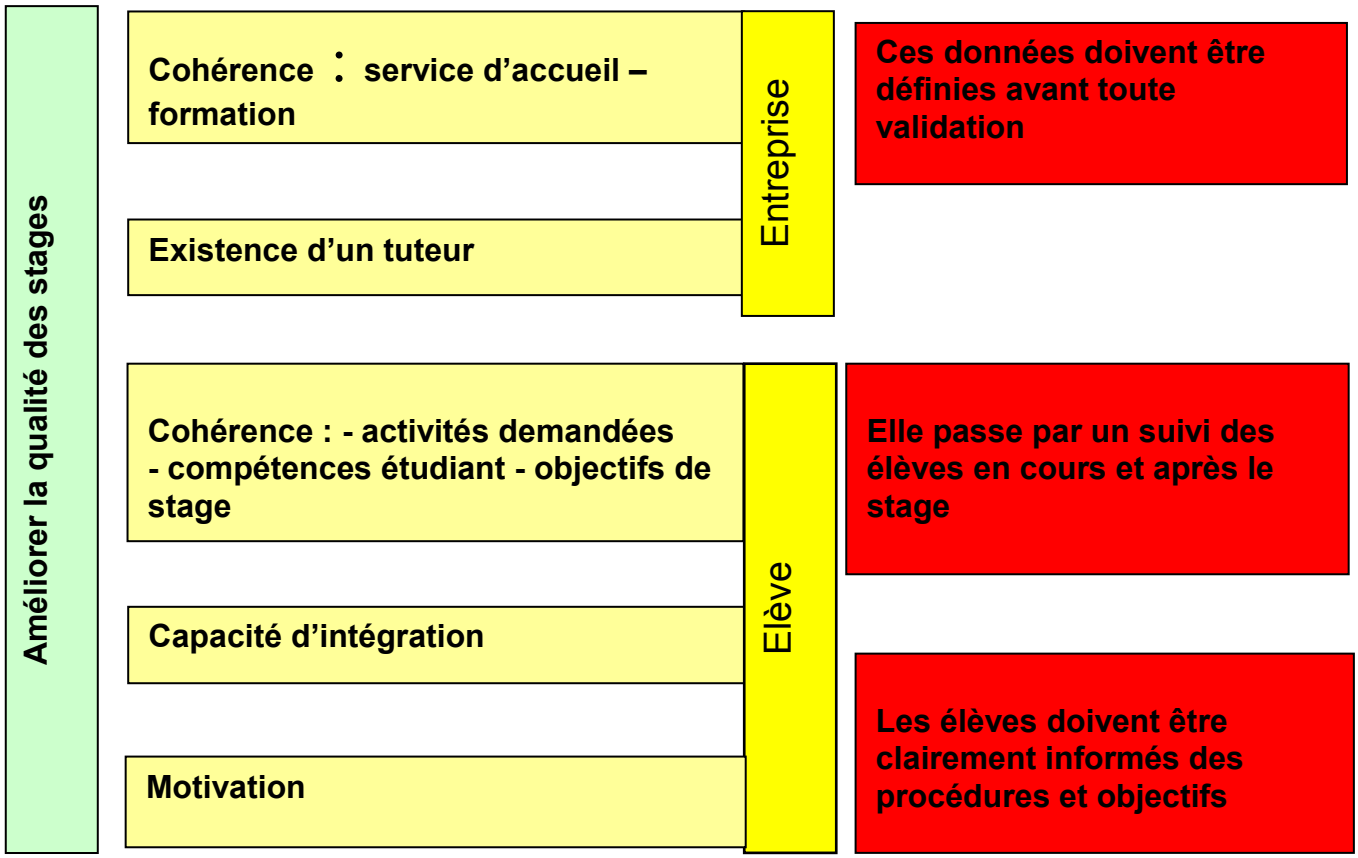
- la présentation de l'entreprise d'accueil dans son organisation économique, humaine et technique, (Raison sociale, taille, situation économique, capacité d'accueil, ressources humaine,…).
- Des informations sur les postes de travail occupés lors de cette période.
- Les équipements et les immobilisations vus et surtout utilisés.
- Les personnes et leur rang dans l'entreprise (hiérarchie).
- Les travaux réalisés.
- Les compétences acquises ou renforcées.

Peut être joint au rapport :

- Les documents nécessaires à l'appréciation et l'évaluation du stagiaire ;
- Les attestations de stage permettant de vérifier le respect de la durée de formation en entreprise ainsi que des absences éventuelles.
- Les fiches de compte rendu de tâches significatives réalisées ;

Tout au long de sa formation en entreprise, chaque candidat doit établir et renseigner un journal de bord journalier de l'ensemble des activités réalisées chaque jour.

Organisation du dispositif des stages :



EVALUATION

I. Déterminants de l'évaluation

L'évaluation doit toucher l'ensemble des aspects des modules de formation :

- Aspect théorique de situation : Il revient au formateur d'élaborer des évaluations théoriques en fonction de l'avancement et des progressions de chaque module en respectant les modalités d'évaluation préconisé par le guide d'évaluation
- Aspect pratique de comportement : Chaque formateur établira des grilles d'évaluation pratique, comportant des critères d'évaluation bien définis, des barèmes de notation et des horaires alloués à chaque évaluation.

L'évaluation doit prendre en compte :

- l'aptitude à tirer parti d'une situation professionnelle
- la pertinence des réponses
- l'exactitude des connaissances
- la qualité de la réflexion et de l'argumentation

L'évaluation prend la forme de :

- Le contrôle en cours de formation comporte une situation d'évaluation théorique ou pratique ou sous forme d'une étude de cas, selon les compétences à évaluer, notée selon un barème pré établi, d'une durée maximale de deux heures.
- Elle se déroule quand le candidat est considéré comme prêt à être évalué à partir des capacités du programme.
- L'évaluation est conçue comme sondage probant sur des compétences du programme et peut se dérouler de plusieurs manières :
  Epreuve écrite, d'une durée de deux heures, ou pratique d'une durée dépendant du contexte de l'évaluation, ou sous forme d'étude de cas.
- L'évaluation de situation prend la forme de situations écrites, organisées dans l'établissement de formation dans le cadre habituel des séances d'enseignement.
- Les candidats sont informés préalablement de l'évaluation et de ses objectifs.

II. Modalités d'évaluation

La masse horaire allouée à chaque module du programme inclut le temps nécessaire à l'évaluation formative et l'évaluation en vue de la sanction. De façon générale, le temps alloué pour l'ensemble de l'évaluation des compétences rattachées à un programme est estimée à 6% de la durée totale du programme.

Les évaluations aux fins de sanction peuvent avoir lieu à tout moment, à la fin ou en cours de chaque module de compétences. Pour les épreuves de l'évaluation ayant lieu en cours de module, c'est le formateur qui choisira le moment de passation en fonction de sa progression.

L'évaluation hors sanction doit ainsi être pensée pour atteindre les objectifs de compétences de chaque module du programme.

En règle générale il est préconisé de respecter ce qui suit :

Pour les évaluations formatives

Il faut prévoir :

- 2 contrôles continus par module au moins pour valider l'acquisition progressive des compétences.
- Prévoir des évaluations théoriques de situation et des évaluations pratiques de comportement pour cerner tous les aspects des compétences évaluées.
- Chaque évaluation théorique doit obligatoirement faire l'objet d'un corrigée avec le groupe.
- Des études de cas.
- Des jeux de rôle et des mises en situation réelle.
- Les grilles d'évaluation pratiques doivent comporter tous les éléments critères d'évaluation.
- Exemple de grille

Eléments critères d'évaluation	barème	Résultat
Total général	pts	

Pour les évaluations sommatives de fin de la 1ière année

Evaluation de l'ensemble des matières composant le programme selon l'organisation en vigueur :
Les évaluations sommatives doivent se référer à la note circulaire régissant l'organisation des contrôles continus de la filière.

Pour les évaluations sommatives de fin de la 2ième année

Conformément aux dispositions du Baccalauréat Marocain

LEXIQUE

EXPRESSION	DÉFINITION
Approche par compétences(APC)	Approche qui consiste essentiellement à définir les compétences inhérentes à l'exercice d'un métier et à les transposer dans le cadre de l'élaboration d'un référentiel de formation ou programme d'études.
Compétence	Regroupement ou ensemble intégré de connaissances, d'habiletés et d'attitudes permettant de faire, avec succès, une action ou un ensemble d'actions telles qu'une tâche ou une activité de travail
Compétences particulières	Compétences directement liées à l'exécution des tâches et à une évolution appropriée dans le contexte du travail. Elles renvoient à des aspects concrets, pratiques, circonscrits et directement liés à l'exercice d'un métier.
Compétences générales	Compétences correspondant à des activités plus vastes qui vont au-delà des tâches, mais qui contribuent généralement à leur exécution. Ces activités sont généralement communes à plusieurs tâches et transférables à plusieurs situations de travail. Elles requièrent habituellement des apprentissages de nature plus fondamentale.
Curriculum	Ensemble des concepts, approches, documents et procédures qui permettent la mise en place d'une démarche ou d'un processus (cursus) de formation. En formation professionnelle, on parlera du curriculum APC.
Évaluation	Processus qui conduit à porter un jugement sur les apprentissages, des apprentissages à partir de données recueillies, analysées et interprétées, en vue de décisions pédagogiques et administratives.
Fonction de travail	Regroupement d'emplois ou d'emplois-métiers présentant un corpus commun de capacités et de compétences en relation avec un métier ou une profession et susceptibles d'être inscrites dans un seul référentiel de formation.
Ingénierie de la formation	Ensemble des politiques, des outils et des méthodes professionnelle et technique permettant de mettre en œuvre, de façon coordonnée et rigoureuse, les démarches de conception, d'organisation, d'exécution et d'évaluation des actions de formation.
Ingénierie de gestion	Ensemble des constituantes qui permettent: de définir une politique nationale de FPT; de la mettre en place; d'appliquer et de faire évoluer un cadre légal et réglementaire; de structurer et d'administrer les principaux systèmes de gestion des ressources humaines, financières et matérielles; d'assurer la mise en œuvre de la formation ainsi que l'évaluation de la performance de l'ensemble du système.
Ingénierie pédagogique	Outils et méthodes conduisant à la conception, à la réalisation et à la mise à jour continue des programmes d'études ou des référentiels de formation ainsi que des guides pédagogiques qui en facilitent la mise en œuvre.

Savoirs liés à la compétence	Savoirs qui définissent les apprentissages essentiels et significatifs que l'apprenant doit faire pour mettre en œuvre et assurer l'évolution de la compétence.
Secteur de formation	Regroupement de référentiels de formation sur la base de leur complémentarité pédagogique et administrative et des affinités entre les compétences qui les composent.
Tâches	Actions qui correspondent aux principales activités à accomplir dans un métier; elles permettent généralement d'illustrer des produits ou des résultats du travail.
Processus de travail	Suite d'étapes ordonnées dans le temps qui permettent d'obtenir un résultat (produit ou service).
Opérations	Actions qui décrivent les phases de réalisation d'une tâche; elles correspondent aux étapes des tâches; elles sont surtout reliées aux méthodes et aux techniques utilisées ou aux habitudes de travail existantes; elles permettent d'illustrer surtout des processus de travail.

ANNEXES

Annexe 1 Objectifs du stagiaire durant la période de stage

Objectifs	- Avoir un premier contact avec l'entreprise - Appréhender les différents services de l'entreprise et les relations qui s'établissement entre eux - Développer et consolider les compétences professionnelles - Mettre à l'épreuve ces compétences professionnelles - Développer une communication verbale et écrite professionnelles - Acquérir des qualités relationnelles et des comportements professionnels.
Période du stage	du 1er juillet (en 1ère année du Baccalauréat professionnel) au 30 avril (en 2ème année du Baccalauréat professionnel)
Durée de stage	4 semaines
Rapport de stage	Un rapport de 30 pages au maximum (annexes non comprises)
Critères d'évaluation	-La capacité à décrire une entreprise dans son fonctionnement interne et ses relations avec l'extérieur - La qualité rédactionnelle du rapport - Les capacités d'analyse et de synthèse - Les capacités de présentation et d'argumentation lors de la présentation
Modalité de l'épreuve	15 minutes de présentation 15 minutes d'échanges
La composition du jury de soutenance du rapport de stage	Formateurs de l'établissement avec la possibilité de participation de professionnels externes.
Notation	Coefficient :

Annexe 2 : modèle de convention de stage

Article 1 :

La présente convention définit les rapports entre :

D'une part **l'entreprise :**

Raison sociale : ……..……..……..

Adresse : ……..……..……..

Tél.

Fax : ……..……..……..

E-mail : ……..……..……..

Représentée par : ……..……..……..

En qualité de : ……..……..……..

Et d'autre part **:**

L'établissement de formation professionnelle représenté par

Monsieur…….....

En sa qualité du directeur du ……

- **Le stagiaire : ……..- Domicilié à :…….....**

Article 2 :

L'entreprise……..……..…….. Confiera à l'élève stagiaire, les tâches correspondant à sa formation qui lui permettront de mettre en pratique ses connaissances, de les compléter et de les perfectionner.

Article 3 :

Le stage se déroulera du ……..au ……..

Tout changement devra être immédiatement communiqué à l'établissement par l'élève et par l'entreprise.

Article 4 :

En cas d'absences répétés, du non respect des horaires ou de tout manquement au règlement de l'entreprise, règlement dont l'élève aura été préalablement informé, l'entreprise se réserve le droit de mettre fin au stage après en avoir prévenu le responsable pédagogique ou le chef de l'établissement.

Article 5 :

La validité de cette convention est limitée à une durée de ……..semaines à compter du……..……..., toute prolongation du stage entraînerait la signature d'une nouvelle convention.

Article 6 :

Les activités réalisées par le stagiaire ne sauraient en aucun cas être considérées comme un emploi. En conséquence, l'élève stagiaire ne peut donc prétendre à aucune rémunération de l'entreprise.

Article 7 :

L'élève tenu par le secret professionnel s'engage à ne communiquer, en aucun cas, les informations concernant l'entreprise où il a effectué son stage.

Fait à……..……..……..

Pour l'entreprise	Le stagiaire	Etablissement
(Cachet et signature)	(Signature)	(Cachet et signature)

Annexe 3 : grille d'évaluation du stagiaire par le tuteur

Critères d'évaluation	Évaluation (*)					observations
	T.B	B	A.B	M	F	
1. Compréhension du fonctionnement et de l'organisation de l'entreprise						
2. Communication et relations avec les membres du groupe						
3. Motivation et implication						
4. Capacité à travailler en équipe						
5. Intégration au groupe						
6. Esprit d'initiative						
7. Curiosité intellectuelle, ouverture d'esprit.						
8. Ponctualité						
9. Présentation physique, tenue						
Appréciation du tuteur sur le travail et le comportement du stagiaire Date : ……. Nom et signature : …… ……						

(*) T.B. : **Très Bien** B : **Bien ;** AB : **Assez bien** M : **Moyen** F : **Faible**

PRINCIPALES MODIFICATIONS APPORTEES A LA VERSION PRECEDENTE :

- Enseignement général :
  - Révision des horaires hebdomadaires de certaines disciplines;
  - Ajout des disciplines « ***Education Islamique*** » et « ***Philosophie*** »;
  - Suppression de la discipline « ***Informatique*** » au cycle Bac;
  - Changement des œuvres utilisés dans l'enseignement de la discipline « ***Français-Culture et Communication*** » ;
- Enseignement professionnel :
  - Révision des ***masses horaires*** allouées aux modules ;
  - Révision des ***répartitions horaires*** de l'enseignement professionnel des deux semestres de la 1ère année et la 2ème année Bac ;
- Gestion des stages :
  - Apaisement des contraintes liées à la ***période de déroulement du stage en entreprise*.**