



إلى السيدات والسادة

مديرة ومديري الأكاديميات الجهوية للتربية والتكوين
المديرات والمديرين الإقليميين

المكلفين بمهام تنسيق التفتيش الجهوي بأقسام تحضير شهادة التقني العالي
مديرات ومديري المؤسسات المحتضنة لأقسام تحضير شهادة التقني العالي
الأستاذات والأساتذة العاملون بأقسام تحضير شهادة التقني العالي

الموضوع: الأطر المرجعية لاختبارات الامتحان الوطني الموحد لنيل شهادة التقني العالي (BTS) - دورة 2024
- الإطار المرجعي للاختبار الخاص بمكون التسيير التجاري والتواصل المهني تخصص البنك والتأمين -
المراجع: - قرار وزير التربية الوطنية رقم 1431.12 الصادر في 11 محرم 1434 (26 نونبر 2012) المتعلق بإعادة تنظيم
شهادة التقني العالي، كما وقع تغييره وتتميمه؛
- مقرر وزير التربية الوطنية والتكوين المهني والتعليم العالي والبحث العلمي رقم 037-21 بتاريخ 30 أبريل 2021
في شأن دفتر مساطر تنظيم امتحان نيل شهادة التقني العالي؛
- المذكرة الوزارية رقم 039X22 بتاريخ 13 يونيو 2022 في شأن الترشيح لولوج أقسام تحضير شهادة التقني
العالي برسم الموسم الدراسي 2022-2023.

سلام تام بوجود مولانا المؤيد بالله،

وبعد، فإلحاقا بالمراجع المشار إليها أعلاه، ومواصلة للجهود الرامية إلى الرفع من جودة التكوين، وانسجاما
مع التوجهات الهادفة إلى تحسين الممارسة التقويمية، وضمانا لمصداقية نتائج امتحان نيل شهادة التقني العالي
وموثوقيتها وكذا جعل القرارات المترتبة عنها تعكس بدقة أداء المترشحات والمترشحين، عملت الوزارة على إعداد
الإطار المرجعي، للامتحان الوطني الموحد لنيل شهادة التقني العالي، الخاص بمكون التسيير التجاري والتواصل
المهني تخصص البنك والتأمين، لاعتماده في بناء مواضيع اختبارات المكون المذكور، وذلك ابتداء من الموسم
الدراسي الحالي 2023-2024.

وقد تم إعداد هذا الإطار المرجعي والمصادقة عليه من طرف لجن وطنية تخصصية مكونة من أستاذات
وأستاذة ممارسين بالمؤسسات المحتضنة لأقسام تحضير شهادة التقني العالي، وذلك بتأطير من المكلفين بمهام
تنسيق التفتيش الجهوي بأقسام تحضير شهادة التقني العالي.

1. الأهداف

تتحدد الأهداف من اعتماد الأطر المرجعية في:

1.1. التحديد الأدق لما يجب أن يستهدفه الامتحان الوطني الموحد لنيل شهادة التقني العالي من كفايات
ومهارات ومضامين وذلك بهدف التوجيه الأنجع لتدخلات مختلف الفئات المعنية بإعداد المترشحين
والمترشحات لاجتياز هذا الامتحان؛

- 2.1. الرفع من درجة صلاحية مواضيع الامتحان الوطني الموحد لنيل شهادة التقني العالي بجعلها أكثر تغطية وتمثيلية للمنهاج الدراسي الرسمي؛
- 3.1. تدقيق الأساس التعاقدي للامتحان بالنسبة لجميع الأطراف المعنية من أستاذات وأساتذة وطلبة ولجن إعداد المواضيع؛
- 4.1. اعتماد معيار وطني موحد لتقويم مواضيع الامتحان الوطني الموحد لنيل شهادة التقني العالي؛
- 5.1. توفير موجّهات لبناء فروض المراقبة المستمرة واستثمار نتائجها في وضع الآليات الممكنة من ضمان تحكم المتعلمات والمتعلمين في الموارد والكفايات الأساسية للمناهج الدراسية.

2. بنية الإطار المرجعي

يستند وضع الأطر المرجعية لمواضيع امتحان نيل شهادة التقني العالي على التحديد الدقيق والإجرائي لمعالم التحصيل النموذجي للمتعلمين وللمتعلمات عند نهاية التكوين بأقسام تحضير شهادة التقني العالي، وذلك من خلال:

- 1.1. ضبط الموارد الدراسية المقررة خلال التكوين مع حصر درجة الأهمية النسبية لكل مجال من مجالاتها داخل المنهاج الرسمي لكل مكون من مكونات الوحدات الثلاث للتكوين؛
- 2.2. تعريف الكفايات والمهارات والقدرات المسطرة لهذا المستوى التكويني تعريفا إجرائيا، مع تحديد درجة الأهمية بالنسبة لكل مستوى مهاري داخل المنهاج الرسمي للمكون المعني بالاختبار؛
- 3.2. تحديد شروط الإنجاز.

3. توظيف الإطار المرجعي

توظف الأطر المرجعية في بناء مواضيع الاختبارات المتعلقة بمختلف مكونات وحدات الامتحان وذلك بالاستناد إلى المعايير التالية:

1. التغطية: أن يغطي موضوع الامتحان كل المجالات المحددة في الإطار المرجعي الخاص بكل مكون من مكونات وحدات التكوين.
2. التمثيلية: أن تعتمد درجة الأهمية المحددة في الإطار المرجعي لكل مجال من مجالات الموارد الدراسية ولكل كفاية أو مستوى مهاري في بناء موضوع الاختبار وذلك لضمان تمثيلية هذا الأخير للمنهاج الرسمي المقرر.
3. المطابقة: أن يتم التحقق من مطابقة الوضعيات الاختبارية للمحددات الواردة في الإطار المرجعي على ثلاث مستويات:

● الكفايات والمهارات؛

● الموارد الدراسية ومجالاتها؛

● شروط الإنجاز.

هذا، وحتى يحقق هذا الإجراء الأهداف المتوخاة منه، باعتباره خطوة أساسية للرفع من صلاحية وموثوقية امتحان نيل شهادة التقني العالي، يشرفني أن أطلب منكم الحرص على تنفيذ ما يلي:

✓ استنساخ هذه المذكرة وتوزيعها على المعنيين بالموضوع مع العمل على إطلاع مختلف المترشحين والمترشحات لامتحان نيل شهادة التقني العالي على فحواها؛

✓ تمكين المكلفين بمهام تنسيق التفتيش الجهوي بأقسام تحضير شهادة التقني العالي من:

- عقد اجتماعات ولقاءات تربوية لاطلاع المتدخلين المعنيين على مضامين هذا الإطار المرجعي؛

- تنظيم لقاءات تربوية مع الأساتذات والأساتذة، الممارسين بالمؤسسات المحتضنة لأقسام تحضير شهادة التقني العالي، لاعتماد هذه الأداة في التخطيط للتدريس وتوظيفها في إعداد فروض المراقبة المستمرة.

واعتبارا للأهمية البالغة التي يكتسبها هذا الموضوع، فإني أهيب بالجميع، كل من موقعه، إيلاءه كل الاهتمام والعناية اللازمين.

والسلام.

وزير التربية الوطنية والتعليم الأولي
والرياضة
شكيب بنموري



الأطر المرجعية لاختبارات الامتحان الوطني الموحد لنيل شهادة التقني العالي (BTS) - دورة 2024
الإطار المرجعي للاختبار الخاص بمكون التسيير التجاري والتواصل المهني - تخصص البنك والتأمين
Composante : Gestion commerciale et communication professionnelle
Filière : Banque et assurance

I. Description de l'épreuve GCCP

L'épreuve prendra la forme d'une étude de cas se référant à un établissement de la banque ou de l'assurance. À partir de documents, en nombre limité, se rapportant à l'une ou plusieurs des activités caractéristiques du métier de conseiller de clientèle.

L'épreuve se subdivise en trois parties indépendantes intitulées comme suit :

- ❖ Partie 1 : l'environnement mercatique et commercial de l'établissement bancaire et d'assurance
- ❖ Partie 2 : la gestion de la relation client de l'établissement bancaire et d'assurance
- ❖ Partie 3 : le développement du portefeuille client.



II. Programme de l'épreuve « GCCP » :

Partie 1 : L'environnement mercatique et commercial de l'établissement banque et assurance		
activités	Compétences	Savoirs associés
La démarche mercatique et la gestion de la relation commerciale	<p>C1.1 : Identifier le processus mercatique</p> <p>C1.1 : Apprécier le passage de l'approche transactionnelle vers l'approche relationnelle</p> <p>C1.3 : Prendre conscience de l'importance de la qualité de la relation</p>	<p>S1.2 : Le processus marketing</p> <p>S1.3 : Les spécificités du marketing de la banque assurance</p> <p>S1.4 : Du marketing transactionnel au marketing relationnel</p>
La veille et la recherche d'informations sur l'environnement du métier	<p>C1.4 : Identifier les sources d'information générales, professionnelles, économiques (ouvrages, Internet...).</p> <p>C1.5 : Participer à la mise en œuvre d'un système de collecte et de conservation de l'information.</p> <p>C1.6 : Collecter l'information sur les produits, le marché, la clientèle, l'entreprise, les méthodes commerciales, etc. ainsi que leur évolution.</p>	<p>S1.7 : Les caractéristiques de l'environnement : concurrence, changements technologiques, crises,...</p> <p>S1.8 : L'importance de la veille</p> <p>S1.9 : Les sources d'information : internes et externes</p> <p>S1.10 : Le système d'information de la banque et de l'assurance</p>
Diagnostic stratégique	<p>C1.7 : Réaliser une analyse globale de l'environnement et de l'établissement (analyse SWOT)</p> <p>C1.8 : Repérer les composants de l'environnement de l'activité bancaire et d'assurance</p> <p>C1.9 : Faire une synthèse de la situation de l'établissement sur son environnement</p> <p>C1.10 : Proposer des recommandations</p> <p>C1.11 : Analyser la concurrence et apprécier la position concurrentielle de l'établissement.</p> <p>C1.12 : Identifier les besoins, motivations, freins et le processus d'achat des clients</p> <p>C1.13 : Participer à l'organisation des études qualitatives et quantitatives</p>	<p>S1.11 : Diagnostic externe</p> <p>S1.12 : Diagnostic interne</p> <p>S1.13 L'environnement bancaire (PESTEL)</p> <p>S1.14 : Synthèse</p> <p>S1.15 : Le marché et ses composantes</p> <p>S1.16 : La demande : besoins, motivations, freins, types de clientèle.</p> <p>S1.17 : L'offre : l'offre des produits de la banque et de l'assurance.</p> <p>S1.18 : L'étude du marché : qualitatives et quantitatives</p>
L'établissement de la banque et de l'assurance	<p>C1.14 : Repérer les établissements opérants dans le domaine d'activité</p> <p>C1.15 : Identifier les collaborateurs internes et leurs rôles</p> <p>C1.16 : Estimer le périmètre d'attraction de la clientèle</p> <p>C 1.17 : Calculer les indicateurs de pilotage de l'établissement</p>	<p>S1.19 : Les établissements de la banque et de l'assurance</p> <p>S1.20 : L'équipe commerciale</p> <p>S1.21 : La zone de chalandise</p> <p>S1.22 : Tableau de bord</p>
Le plan marketing de la banque et de l'assurance	<p>C1.18 : Identifier et participer à la mise en place du mix marketing</p>	<p>S1.23 : Mix marketing de la banque et de l'assurance</p> <p>S1.24 : Politique produit/service</p> <p>S1.25 : Politique de prix</p> <p>S1.26 : Politique de communication</p> <p>S1.27: Politique de distribution : multicanal</p>



Partie 2 : La gestion de la relation client de l'établissement bancaire et d'assurance

Activités	Compétences	Savoirs associés
L'accueil et l'orientation du client	<p>C1.19 : l'aménagement de l'espace d'accueil</p> <ul style="list-style-type: none"> - Organiser et animer des espaces dédiés à l'accueil - Proposer des solutions aux dysfonctionnements matériels <p>C1.20 : Accueillir et orienter :</p> <ul style="list-style-type: none"> - personnaliser l'accueil et montrer de l'intérêt - recueillir un premier niveau d'information permettant de qualifier le contact - orienter le client / prospect vers l'interlocuteur approprié - repérer les opportunités commerciales - Prendre un rendez-vous qualifié - veiller à la qualité de la prise en charge - déterminer le média le plus adapté à la réponse - Orienter le client vers les outils, services et canaux de communication pertinents - prévenir et traiter les incivilités et les agressions verbales, les mécontentements, et les conflits - recueillir les réclamations et les prendre en charge - transmettre et prendre congé 	<p>[REDACTED]</p> <p>S1.30 : Les techniques d'accueil et d'orientation du client :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les techniques d'entrée en relation - la prise de contact physique et téléphonique : le verbal, le non verbal, la distance, l'accroche, l'empathie, les techniques de questionnement, l'écoute active, la découverte des besoins et les reformulations, - Les habilitations professionnelles et les niveaux de délégation - le système d'information relatif au client - La transmission d'informations - La gestion des agendas (partagés ou non) <p>S1.31 : Les règles de traitement des opérations bancaires et d'assurance courantes</p> <p>S1.32 : Les documents et les règles de souscription d'un produit ou service.</p> <p>S1.33 : Les techniques de prospection téléphonique en appels sortants</p> <ul style="list-style-type: none"> - La charte de déontologie interne - Le règlement intérieur <p>S1.34 : Les situations de relation conflictuelle :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les niveaux et les typologies d'agression, les situations propices à l'agression, l'escalade de la violence, les types de réponses, les réclamations • Les techniques de traitement, la gestion des conflits et des désaccords • La gestion des conflits et des désaccords - La gestion du stress
	<p>C1.21 : Communiquer :</p> <p>C1.21.1 : Communiquer avec aisance :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Entrer en relation - produire des messages adaptés à la situation et à l'interlocuteur - Se positionner en interface entre le client et la banque. <p>C1.21.2 : Communiquer oralement :</p> <p>En relation de face à face :</p> <ul style="list-style-type: none"> - mettre en confiance le client - être conforme à l'image de la profession 	<p>S1.31 : Les outils de la communication :</p> <p>[REDACTED]</p> <p>S1.33 : La communication interpersonnelle</p> <p>S1.34 : Les techniques de questionnement et de reformulation</p> <p>S1.35 : La qualité de la relation commerciale en face à face</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - personnaliser la relation en s'adaptant au client <p>Au téléphone :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Recevoir un appel entrant - Réceptionner et traiter les appels téléphoniques en agence - Arbitrer les priorités - Préparer ses appels - Mettre en œuvre un plan d'appel téléphonique <p>En relation à distance :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Appeler, réceptionner et traiter les appels dans les plateformes de relation à distance <p>C1.21.3 : Communiquer par écrit :</p> <ul style="list-style-type: none"> - répondre par écrit - créer une lettre ou adapter une lettre type - organiser un publipostage - utiliser la messagerie électronique - utiliser les logiciels de tarification - utiliser les logiciels d'interface entre la compagnie et ses intermédiaires, avec les principaux partenaires (réseaux agréés, experts,...) 	<p>S1.36 : Le fonctionnement des automates :</p> <ul style="list-style-type: none"> • l'entretien téléphonique <p>S1.37 : La qualité de la relation commerciale à distance</p> <ul style="list-style-type: none"> • le Guide d'Entretien Téléphonique (GET) <p>S1.38 : Les techniques de communication utilisées dans les plateformes de relation à distance</p> <ul style="list-style-type: none"> • les règles spécifiques à la communication électronique <p>S1.39 : Le Couplage Téléphonie Informatique (CTI)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le centre d'appel - Le Serveur Vocal Interactif (SVI) - Les règles de base de la rédaction d'écrits professionnels - Les outils : note, rapport, lettre commerciale, publipostage,... - Les outils : le courriel, l'agenda électronique, le publipostage électronique...
<p>La connaissance du client</p>	<p>C1.22 : l'entretien de découverte</p> <p>C1.22.1 : Préparer l'entretien de découverte</p> <ul style="list-style-type: none"> - Préparer l'entretien avec le client/prospect - Élaborer les scénarios d'accueil téléphonique et de face à face. - Conduire l'entretien de découverte. 	<p>S1.40 : préparation de l'entretien</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les fiches et argumentaires produits - Les méthodes de préparation de l'entretien - L'approche client de l'établissement
	<p>C1.23 : Conduire l'entretien</p> <ul style="list-style-type: none"> - Conduire un entretien de découverte - Collecter les informations obligatoires concernant le client pour tout produit ou service - Expliciter au client les obligations réglementaires liées à la collecte d'informations 	<p>S1.41 : la conduite de l'entretien</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'écoute active - La prise de notes et son utilisation - Les techniques de découverte des attentes et des besoins - Les informations réglementaires - La protection des données personnelles
<p>L'information du client</p>	<p>C1.24 : Renseigner le client</p> <p>C1.24.1 : Informer le client</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mettre en œuvre les règles relatives à l'obligation de renseigner, dans l'agence et dans le cadre d'un démarchage - Mettre en œuvre les règles relatives à l'obligation d'information sur les caractéristiques essentielles des produits et services bancaires et d'assurances <p>C1.24.2 : Identifier les sanctions applicables</p>	<p>S1.42 : La gestion électronique des documents</p> <p>S1.43 : Les obligations d'affichage et de mise à disposition des clients et prospects en agence</p> <p>S1.44 : La réglementation en matière de démarchage, et de vente à distance</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le principe d'information loyale du client sur les caractéristiques essentielles du produit ou service (dont la tarification). - Les informations pré contractuelles légalement requises concernant la gamme de produits et services proposée par l'établissement - L'archivage de la preuve de l'information du client



		S1.45 : Les sanctions applicables
Le conseil	<p>C1.25 : Diagnostiquer et proposer des services et produits</p> <p>C1.25.1 : Diagnostiquer, identifier le besoin et conseiller</p> <ul style="list-style-type: none"> - Établir un diagnostic de la situation personnelle, financière, patrimoniale, fiscale du client - Identifier les attentes et besoins du client - Proposer les produits et services adaptés - Conseiller le client en fonction de ses attentes et de sa situation tout en respectant les priorités et les ambitions commerciales de l'établissement et la réglementation <p>C1.25.2 : Informer le client sur les risques et rendement fiscal.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fournir au client les explications ou avertissements en matière de risque de pertes de capital, de rendement et de fiscalité - Argumenter un refus ou un accord de crédit 	<p>S1.46 : Les caractéristiques des produits et services proposés par l'établissement</p> <p>S1.47 : La présentation équilibrée des produits et services : avantages, inconvénients, frais</p> <p>S1.48 : Les techniques de propositions commerciales</p> <p>S1.49 : Les exigences légales de contenu, dématérialisation et d'archivage du conseil donné à la clientèle, concernant les produits et services proposés.</p> <p>S1.50 : La mise en garde/solvabilité du candidat à l'emprunt et le risque de non remboursement</p> <p>S1.51 :</p> <ul style="list-style-type: none"> - La primauté de l'intérêt du client - Le conflit d'intérêt - L'éthique et la déontologie
La formalisation de la vente	<p>C1.26 : Élaborer une solution, traiter les objections et formaliser la vente</p> <p>C1.26.1 : Élaborer avec le client une solution négociée dans l'intérêt des parties</p> <p>C1.26.2 : Traiter les objections émises</p> <p>C1.26.3 : Conclure et formaliser l'accord</p> <p>C1.26.4 : Prendre congé</p>	<p>S1.52 :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les objectifs commerciaux - Les orientations commerciales - Les marges de manœuvre - La stratégie gagnant-gagnant - L'offre globale <p>S1.53 :</p> <ul style="list-style-type: none"> - La réglementation des pratiques commerciales déloyales et agressives, des abus de faiblesse et de la discrimination - Le traitement des objections - Les reformulations <p>S1.54 :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les techniques de conclusion - La formalisation des contrats - La remise des documents - La signature électronique <p>S1.55 : La prise de congé</p>
Le suivi de la relation	<p>C1.27 : S'assurer de la mise en œuvre des contrats</p> <p>C1.28 : S'assurer de la satisfaction du client</p> <p>C1.29 : Résoudre les problématiques simples de service après-vente</p> <p>C1.30 : Rendre compte des informations et de la relation conformément aux exigences de l'établissement</p> <p>C1.31 : Enrichir le système d'information commercial et bancaire</p> <p>C1.32 : Établir un contact durable avec le client</p>	<p>S1.56 :</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'archivage des documents - Les circuits de traitement des opérations - Le respect de la conformité des dossiers - Les délais de rétractation - Les relances qualifiées <p>S1.57 :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les techniques de fidélisation - Le service après-vente - Les services d'assistance interne <p>S1.58 :</p>



	<p>C1.33 : Informer le client des nouveautés C1.34 : Prévoir les dates possibles de « ré-achat » C1.35 : Traiter les réclamations de la clientèle</p>	<ul style="list-style-type: none"> - La technique des comptes rendus d'entretien - Le système d'information commercial - La protection des données personnelles <p>S1.59 :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les rappels de courtoisie - Les agendas <p>S1.60 :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les procédures internes et externes de traitement des réclamations - Les systèmes de médiation des banques et des assureurs
--	--	--

Partie 3 : Le développement du portefeuille client		
Activités	Compétences	Savoirs associés
L'analyse d'un portefeuille de clients	C1.36 : Analyser les caractéristiques du portefeuille et son évolution	S1.61 : Le portefeuille : composition, segmentation, taux d'équipement, encours clients, risque, rentabilité
	C1.37 : Déterminer les potentiels clients à exploiter, détecter et saisir les opportunités commerciales	S1.62 : Les méthodes d'analyse qualitative et quantitative du portefeuille S1.63 : Le cycle de vie clients-produits
	C1.38 : Apprécier la rentabilité globale du portefeuille en assurant la maîtrise du risque	S1.64 : Les tableaux de bord et les ratios
	C1.39 : Rechercher les causes des écarts entre réalisations et objectifs	
La gestion et le Développement d'un portefeuille de clients	C1.40 : Proposer et mettre en place des actions en tenant compte de l'analyse du portefeuille et de la politique de l'établissement	S1.65 : La mercatique directe S1.66 : Les différents canaux de communication
La gestion et le Développement d'un portefeuille de clients	C1.41 : Développer le portefeuille clients C1.42 : Développer le taux d'équipement des clients C1.43 : Mettre en place les mesures permettant d'améliorer la rentabilité globale du portefeuille en assurant la maîtrise du risque	S1.67 : La prospection S1.68 : Les techniques de fidélisation
L'utilisation du système d'information commercial	C1.44 : Sélectionner, traiter et hiérarchiser les informations pertinentes en fonction du type d'action	S1.69 : Le système d'information commercial S1.70 : Les outils et applications de gestion de la relation client S1.71 : La réglementation spécifique au secteur bancaire (vigilance, confidentialité et déontologie)
L'analyse de la rentabilité de la relation	C1.45 : Caractériser la notion de rentabilité.	S1.72 : La définition de la rentabilité et ses composantes
	C1.46 : Analyser la rentabilité de la relation avec un client.	S1.73 : Les facteurs de coût (sur-utilisation des moyens de paiement, dysfonctionnements...) S1.74 : Les facteurs de revenus (utilisation des services, dates de valeur, commissions, dépôt à vue...)



		S1.75 : Les outils d'analyse des flux, le bilan monétique...
	C1.47 : Accroître la rentabilité d'une relation client et d'un portefeuille de clients.	S1.76 : Les moyens de développer les services facturés : actions commerciales ciblées, actualisation des conditions, systématisation de la facturation. S1.77 : Les moyens de réduire les facteurs de coût S1.78 : L'analyse de la rentabilité d'un portefeuille : points forts, points faibles S1.79 : Les moyens d'action à mettre en place.

III. Tableau de spécification des contenus faisant l'objet de l'épreuve :

❖ Examen de passage à la deuxième année

Partie du programme	Contenu	Masse horaire		Barème
		Nombre d'heures	%	
L'environnement mercatique et commercial de l'établissement bancaire et d'assurance.	C1.1 à C1.3 C1.4 à C1.6 C1.7 à C1.13 C1.14 à C1.17 C1.18	118	59	59
La gestion de la relation client de l'établissement bancaire et d'assurance.	C1.19 et C1.20 C1.21	82	41	41
Total		200	100 %	100

❖ Examen de certification

Partie du programme	Contenu	Masse horaire		Barème
		Nombre d'heures	%	
L'environnement mercatique et commercial de l'établissement bancaire et d'assurance.	C1.7 à C1.13 C1.18	20	12,5	12,5
La gestion de la relation client de l'établissement bancaire et d'assurance.	C1.22 et C1.23 C1.24 C1.25 C1.26 C1.27 à C1.35	60	37,5	37,5
Le développement du portefeuille client	C1.36 à C1.39 C1.40 à C1.43 C1.44 C1.45 à C1.47	80	50	50
Total		160	100 %	100

N.B :

Les compétences C1.7 à C1.13 ne feront pas objet de formation au cours de la deuxième année, mais ils seront considérés comme étant des prérequis pour la certification en deuxième année.