

PLAN DE FORMATION BAC PRO COMMERCE 3 ANS LYCEE JEAN CAILLAUD SESSION 2011/2014

SECONDE PROFESSIONNELLE COMMERCE

Professeur numéro 1 : **C.1. Animer/ C.2.Gérer + Économie/Droit** (8 heures classe entière) **Monsieur Emmanuel Lalanne**
 Professeur numéro 2 : **C.3. Vendre** (5 heures classe entière) **Madame Marie Anne Dupuis**
TICE : professeurs 1 et 2

Sorties, activités pédagogiques extérieures, intervenants extérieurs

Préparation Certification BEP MRCU

Section commerce : 18 élèves

PERIODICITE	VENDRE C.3.		ANIMER C.1.		GERER C.2.		Économie Droit
	Compétences	Savoirs	Compétences	Savoirs	Compétences	Savoirs	
Semaine 1 05/09 ► 09/09	<p><i>Accueil des élèves et des parents le lundi 5 septembre 2011</i></p> <p><i>Présentation de la formation et distribution des conventions pour la semaine d'immersion en milieu professionnel</i></p> <p><i>Entretien personnalisé en vue de la constitution du portfolio (à poursuivre dans le cadre de l'accompagnement personnalisé)</i></p> <p>Intervenants extérieurs pour présenter les métiers du bac pro commerce :</p> <ul style="list-style-type: none"> ✗ <i>Xavier H. (Responsable Pimkie)</i> ✗ <i>Charline T. (vendeuse Sephora)</i> ✗ <i>Thomas F. (vendeur commerce indépendant isolé)</i> ✗ <i>Emilie B. (manager de rayon Carrefour)</i> ✗ <i>Fabien G./Léa B. (vendeurs Leroy Merlin)</i> 						
Semaine 2 12/09 ► 16/09	<p><i>Finalisation des portfolios (accompagnement personnalisé)</i></p> <p><i>Recherche d'entreprises pour la période d'immersion et pour les périodes de formation en milieu professionnel</i></p> <p><i>Aide à la rédaction des CV et des lettres de motivation</i></p> <p><i>Comment trouver un stage : Le canal des métiers (http://www.7etapespourtrouverunstage.com/)</i></p>						
Semaine 3 19/09 ► 23/09	Exploiter l'offre commerciale Rechercher et sélectionner les informations relatives aux produits	1.1.3. L'offre de l'unité commerciale Le positionnement de l'unité commerciale sur le marché La politique de l'unité commerciale Le plan de marchéage L'assortiment	Mettre en place les facteurs d'ambiance Identifier les facteurs d'ambiance du point de vente	2.3. Le merchandising L'espace de vente	Participer à l'approvisionnement Identifier le ou les fournisseurs	1.2.3. La distribution 2.1.1. L'approvisionnement Les modes d'approvisionnement Le choix des fournisseurs	Le contexte économique de l'activité professionnelle : Les métiers Le contexte professionnel
						TICE : application EXCEL pour la gestion des stocks	

Semaine 4 26/09 ► 30/09	Situer la place d'un produit dans l'offre commerciale Comparer l'offre du point de vente avec celle des concurrents dans la zone de chalandise	1.2.1. Les produits Les biens et services La marque L'emballage, le conditionnement La qualité des produits et des services TICE : présentation d'une marque à l'aide d'un diaporama	Identifier les facteurs d'ambiance du point de vente [Visite Galerie du Champ de Mars]	2.3. Le merchandising l'espace de vente en grande distribution TICE : Vidéo de la visite et restitution en classe	Exploiter les informations émanant du ou des fournisseurs	1.2.3. La distribution 2.1.1. L'approvisionnement Les modes d'approvisionnement Le choix des fournisseurs	Le cadre juridique de l'organisation sociale : Les fonctions et caractères du droit
Semaine 5 03/10 ► 07/10	Situer la place d'un produit dans l'offre commerciale Comparer l'offre du point de vente avec celle des concurrents dans la zone de chalandise	1.4. La mercatique appliquée à un produit Le produit Le cycle de vie du produit Le produit dans son environnement Le produit et l'innovation Le produit et sa distribution Le plan produit	Identifier l'organisation de la surface de vente [Visite Auchan La Couronne : présentation mesure de linéaires par un chef de rayon]	2.3. Le merchandising L'espace de vente	Appliquer les procédures d'approvisionnement	1.2.3. La distribution 2.1.1. L'approvisionnement Les modes d'approvisionnement Le choix des fournisseurs	Les organisations : Les différentes organisations Les finalités et objectifs des organisations
Semaine 6 10/10 ► 14/10	Qualifier la clientèle Rechercher et sélectionner les informations relatives au profil de la clientèle de la zone de chalandise	Définition Les techniques de l'étude du marché La clientèle L'offre : - La politique d'enseigne - La concurrence de l'unité commerciale	Participer à la sélection des éléments d'ambiance (permanents ou événementiels) de la vitrine et/ou de l'intérieur de l'espace de vente	2.3. Le merchandising L'espace de vente	Mettre à jour les fichiers " fournisseurs " et " produits "	1.2.3. La distribution 2.1.1. L'approvisionnement Les modes d'approvisionnement Le choix des fournisseurs	La place du droit dans l'organisation de la vie publique et des relations sociales : Les droits fondamentaux Les sources du droit
Semaine 7 17/10 ► 21/10	Les bases de la communication	3.1.1 les dimensions de la communication 3.1.2 les techniques de communication 3.6. La communication appliquée à la 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	2.3. Le merchandising L'espace de vente	Préparer la commande	1.4. La mercatique appliquée à un produit Le produit et sa distribution	Les organisations : Les acteurs dans les organisations Les partenaires de l'entreprise
VACANCES DU 22/10/2011 AU 02/11/2011							
Semaine 8 03/11 ► 04/11	Les bases de la communication	L'entretien de vente en face à face L'entretien téléphonique	Installer la signalétique		-Qualifier la structure de l'assortiment	1.4. La mercatique appliquée à un produit Le produit et sa distribution	
Semaine 9 07/11 ► 10/11	Les bases de la communication (entraînement avant la semaine d'immersion)	L'entretien de vente en face à face L'entretien téléphonique	Préparation de la semaine d'immersion : documents à fournir au retour	TICE : Saisie informatique des documents à remettre au retour de la semaine	Dénombrer les produits en stock (magasin et réserve du magasin) et en déduire les produits à commander	1.4. La mercatique appliquée à un produit	Les entreprises : Les différents types d'entreprises
Semaine 10 14/11 ► 18/11	<p style="text-align: center;">Semaine d'immersion en entreprise : du lundi 14 novembre 2011 au jeudi 17 novembre 2011</p> <p>Vendredi 18 novembre : Restitution des expériences (compléter le portfolio)</p> <p>Missions pendant les 4 jours :</p> <ul style="list-style-type: none"> ✗ Repérer les facteurs d'ambiance du point de vente ✗ Découvrir l'organisation humaine ✗ Remplir une fiche de tâche sur son portfolio 						
Immersion entreprise							

Semaine 11 21/11 ► 25/11	Les bases de la communication (compte rendu après la semaine d'immersion + situations à rejouer après cette première expérience)	L'entretien de vente en face à face L'entretien téléphonique TICE : Intervention téléactrice Domeo Confort : présentation du logiciel utilisé dans l'entreprise	Installer la signalétique	3.4. La communication visuelle Les supports de la communication visuelle	Passer la commande	Le produit et sa distribution	Les entreprises : La coordination et la prise de décision
Semaine 12 28/11 ► 02/12	Effectuer la découverte du client Accueillir le client et établir le contact Pratiquer l'écoute active	3.1.1. Les dimensions de la communication : dimension sociale dimension culturelle dimension émotionnelle dimension environnementale	Identifier les éléments constitutifs de la signalétique	3.4. La communication visuelle Les supports de la communication visuelle	Réaliser le réassortiment Détecter et dénombrer les produits manquants	2.1.2. La commande – le réassortiment TICE : Les documents commerciaux	
Semaine 13 05/12 ► 09/12	Effectuer la découverte du client Accueillir le client et établir le contact Pratiquer l'écoute active	3.1.1. Les dimensions de la communication : dimension sociale dimension culturelle dimension émotionnelle dimension environnementale	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	3.4. La communication visuelle Les supports de la communication visuelle	Déclencher la procédure de réassortiment	2.1.2. La commande – le réassortiment	Les sujets de droit et leurs prérogatives : Les titulaires des droits subjectifs L'exercice des droits subjectifs
Semaine 14 12/12 ► 16/12	Rechercher les mobiles, motivations et freins exprimés	3.1.2. Les techniques de communication	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	3.4. La communication visuelle Les supports de la communication visuelle	Procéder à la rotation des produits	2.1.2. La commande – le réassortiment	Les sujets de droit et leurs prérogatives : La classification des droits subjectifs
VACANCES DU 17/12/2011 AU 02/01/2012							
Semaine 15 03/01 ► 06/01	Adopter l'attitude et le comportement adaptés au langage et au paralangage du client	3.1.2. Les techniques de communication			Réceptionner les produits Vérifier le respect du planning des réceptions	2.1.3. La réception Les opérations de réception L'information sur les produits et leur protection	Les entreprises : L'entreprise et son marché
Semaine 16 09/01 ► 13/01	Adopter l'attitude et le comportement adaptés au langage et au paralangage du client	3.1.2. Les techniques de communication	Maintenir l'attractivité de tout ou partie de l'espace de vente	2.5.2. La démarche " qualité "	Effectuer le contrôle des livraisons (quantitativement et de conformité)	2.1.3. La réception Les opérations de réception L'information sur les produits et leur protection	Les sujets de droit et leurs prérogatives : La preuve des droits subjectifs
Semaine 17 16/01 ► 20/01	Présenter le produit au client Sélectionner dans l'offre commerciale le ou les produits correspondant aux attentes du client	3.2.1. La communication face au client Les situations de communication			Prendre des mesures pour remédier aux défauts, erreurs, retards de livraison	2.1.3. La réception Les opérations de réception L'information sur les produits et leur protection	Les entreprises : La politique commerciale
Semaine 18 23/01 ►	Argumenter et conseiller	TICE : Création d'un argumentaire sous Word	Diagnostiquer les causes du manque d'attractivité	2.5.2. La démarche " qualité "	Effectuer le contrôle qualitatif des produits et les mettre en place	2.1.3. La réception Les opérations de réception	La mise en œuvre du droit :

27/01	Démontrer si besoin est	ou Open Office			dans la zone de stockage, la réserve ou le magasin	L'information sur les produits et leur protection	L'organisation judiciaire
Semaine 19 30/01 ► 03/02	Traiter les objections	3.2.1 la communication face au client les situations de conflit			Garantir la qualité des produits Étiqueter les produits et les sécuriser Saisir ou valider l'entrée en stock des produits	2.1.3. La réception Les opérations de réception L'information sur les produits et leur protection	Préparation première étude et présentation orale
Semaine 20 06/02 ► 10/02	Conclure la vente Obtenir l'accord du client Conclure l'entretien de vente		Proposer la ou les actions à mettre en place	2.5.2. La démarche " qualité "	Effectuer les opérations de contrôle	2.1.3. La réception Les opérations de réception L'information sur les produits et leur protection	Préparation première étude et présentation orale
Semaine 21 13/02 ► 17/02	Proposer une vente additionnelle et/ou un service associé		Proposer la ou les actions à mettre en place	2.5.2. La démarche " qualité "	Réaliser l'état de rapprochement facture/livraison	2.1.5. Les opérations de règlement La facturation Les paiements	Préparation première étude et présentation orale
Semaine 22 20/02 ► 24/02	Réaliser les opérations d'encaissement Prendre congé				Déterminer un prix de vente	2.1.4. Le prix de vente	Préparation première étude et présentation orale

Préparation des portes ouvertes du Lycée : Aménagement de stands et vente de produits régionaux

VACANCES DU 25/02/2012 AU 11/03/2012

PFMP numéro 1	<p>Fonction : Préparer l'information avant la vente</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Construction de tout ou partie de l'argumentaire <p>Fonction : Prendre en charge le client</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Accueil du client ✓ Orientation du client <p>Fonction : Mener le dialogue de vente</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Recherche des besoins, questionnement ✓ Proposition de produits adaptés, choix des arguments ✓ Proposition de produits additionnels ✓ Recherche de l'accord du client <p>Fonction : Présenter les produits à la vente</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Mise en rayon des produits
------------------	--

Semaine 23 02/04 ► 06/04	Oraux de retour de stage Contrôle et mise au propre des travaux demandés
-----------------------------	---

Semaine 24 10/04 ► 13/04	Préparation à l'épreuve de certification intermédiaire : révisions / TICE : Messages écrits sous Word ou Open Office
-----------------------------	---

Semaine 25 16/04 ► 20/04	Epreuve BEP MRCU : Contact par écrit
-----------------------------	---

Participation à la Foire aux Chocolats de Roulet Saint Estéphe : Vente de produits régionaux sur stands

VACANCES DU 21/04/2012 AU 06/05/2012

Semaine 26 07/05 ► 11/05	Préparation sortie pédagogique : visite base Intermarché Intermarché - Base d'Anais Site Web : http://www.intermarche.com Activité : Base de distribution pour les Intermarchés
-----------------------------	--

Semaine 27 14/05 ► 18/05	Retour sur expérience sortie semaine 26 Préparation sortie pédagogique : visite Galeries Lafayette Paris
Semaine 28 21/05 ► 25/05	Sortie pédagogique : - Visite Galeries Lafayette Paris - Travail en transversalité avec les enseignants d'histoire géographie : visites de musée
Semaine 29 29/05 ► 01/06	<p style="text-align: center;">Préparation PFMP numéro 2 Entraînements à l'épreuve de la certification intermédiaire</p>
PFMP numéro 2	<p>Fonction : Préparer l'information avant la vente</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Construction de tout ou partie de l'argumentaire <p>Fonction : Prendre en charge le client</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Accueil du client ✓ Orientation du client <p>Fonction : Mener le dialogue de vente</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Recherche des besoins, questionnement ✓ Proposition de produits adaptés, choix des arguments ✓ Proposition de produits additionnels ✓ Recherche de l'accord du client
Semaine 30 25/06 ► 29/06	<p style="text-align: center;">Oraux de retour de stage Epreuve BEP MRCU : Contact par téléphone</p>