

# BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL 3 ANS « COMMERCE »

## GUIDE A L'ÉVALUATION



*Groupe de Travail composé de*

*Karim BAZ, professeur de vente au lycée AMBLARD à VALENCE*

*Odile ESCODA, professeur de vente au lycée Xavier MALLET à le TEIL*

*Patrick LEYNAUD, Inspecteur Enseignement Technique*

# ***SOMMAIRE***

## **I. La certification intermédiaire « Métiers de la relation aux clients et aux usagers »** *Pages 1 à 11*

1.1. Définition des épreuves

1.2. Les périodes de formation en entreprise

1.3. La certification au titre des épreuves EP1 et EP2

## **II. La certification du baccalauréat « Commerce »** *Pages 12 à 18*

2.1. Les périodes de formation en entreprise

2.2. Le suivi des périodes de formation en entreprise

## **III. Les épreuves à l'examen** *Pages 19 à 26*

3.1. Règlement d'examen du B.E.P. « M.R.C.U. »

3.2. Règlement d'examen du baccalauréat « Commerce »

## **IV. Annexes pédagogiques** *Pages 27 à 61*

4.1. Epreuve E2 : Action de promotion – animation commerciale

4.2. Epreuve E3 : Vente en unité commerciale

## **V. Bibliographie/ Ressources électroniques** *Pages 62 à 63*

## 1.1. Définition des épreuves

EP1 : ÉPREUVE PROFESSIONNELLE LIÉE AU CONTACT AVEC LE CLIENT ET/OU L'USAGER	Coefficient : 4
--	-----------------

### Objectif de l'épreuve :

Cette épreuve vise à apprécier la maîtrise des techniques mises en œuvre et l'aptitude du candidat à utiliser des documents et outils professionnels dans l'activité de contact avec le client et/ou l'utilisateur.

### Contenu de l'épreuve :

L'épreuve évalue les compétences, les comportements professionnels et les savoirs associés, inscrits dans le référentiel de certification, relevant de l'activité **A2** « Suivi, prospection des clients ou contact avec les usagers ».

### Critères d'évaluation :

En forme ponctuelle ou en contrôle en cours de formation, l'évaluation des compétences implique l'évaluation des savoirs associés à l'activité A2 et s'appuie sur les critères suivants :

- l'aptitude à rendre compte de ses travaux et à les situer dans un contexte professionnel
- la justification de la démarche professionnelle et des moyens mobilisés
- l'aptitude à rechercher, à sélectionner et à exploiter des informations utiles
- la qualité et la pertinence des travaux écrits présentés
- la qualité de la communication téléphonique
- le professionnalisme du comportement
- la maîtrise des fonctionnalités des logiciels bureautiques, de gestion commerciale ou de PréAO
- la pertinence du choix des outils et de leurs fonctionnalités
- la capacité d'écoute et de dialogue, la pertinence des réponses.

### Formes d'évaluation :

#### A. Contrôle en cours de formation

L'évaluation des acquis du candidat s'effectue à l'occasion d'une situation d'évaluation réalisée en fin de classe de seconde professionnelle ou au cours du premier semestre de la classe de première de baccalauréat professionnel, dès que le candidat est prêt. La situation se subdivise en deux parties et se déroule en centre de formation au cours des activités courantes.

#### ► Première partie : Contact téléphonique - coefficient : 2

*Durée totale* : 20 minutes maximum

- Temps de préparation : 15 minutes.
- Temps de réalisation du contact : 5 minutes.

À partir d'une situation professionnelle proposée par le professeur de spécialité (ou le formateur) et accompagnée d'une documentation, le candidat prépare et réalise un contact téléphonique simulé ou réel avec un client ou un usager.

Les compétences, comportements professionnels et savoirs associés, appréciés lors de cette partie se rapportent aux tâches suivantes :

A2T1 - La préparation du suivi, de la prospection ou du contact

A2T3 - La réalisation du suivi, de la prospection ou du contact par téléphone

► **Seconde partie : Contact par écrit - Coefficient : 2**

*Durée totale* : 40 minutes maximum

À partir d'une situation professionnelle proposée par le professeur de spécialité (ou le formateur) et accompagnée d'une documentation, le candidat prépare et réalise un contact écrit simulé ou réel avec un client ou un usager.

Les compétences, comportements professionnels et savoirs associés, appréciés lors de cette partie, se rapportent aux tâches suivantes :

A2T1 - La préparation du suivi, de la prospection ou du contact

A2T2 - La réalisation du suivi, de la prospection ou du contact par écrit

**B. Forme ponctuelle**

L'évaluation des acquis du candidat s'effectue sur la base d'une épreuve ponctuelle terminale orale et écrite. L'épreuve se subdivise en deux parties et se déroule en centre d'examen.

► **Première partie : Contact téléphonique - Coefficient : 2 - Ponctuelle orale**

*Durée totale* : 20 minutes maximum

- Temps de préparation : 15 minutes.
- Temps de réalisation du contact : 5 minutes.

À partir d'une situation professionnelle proposée par la commission d'interrogation et accompagnée d'une documentation, le candidat prépare et réalise un contact téléphonique simulé avec un client ou un usager. La commission est composée d'un professeur de spécialité et d'un professionnel ou à défaut d'un second professeur de spécialité. Un membre de la commission d'interrogation tient le rôle du client ou de l'utilisateur.

Les compétences, comportements professionnels et savoirs associés, appréciés lors de cette partie se rapportent aux tâches suivantes :

A2T1 - La préparation du suivi, de la prospection ou du contact

A2T3 - La réalisation du suivi, de la prospection ou du contact par téléphone

► **Seconde partie : Contact par écrit - Coefficient : 2 - Ponctuelle écrite**

*Durée totale* : 40 minutes maximum

À partir d'une situation professionnelle accompagnée d'une documentation, le candidat prépare et réalise un ou plusieurs contacts écrits avec un client ou un usager. Les compétences, comportements professionnels et savoirs associés, appréciés lors de cette partie, se rapportent aux tâches suivantes :

A2T1 - La préparation du suivi, de la prospection ou du contact

A2T2 - La réalisation du suivi, de la prospection ou du contact par écrit

## EP2 : PRATIQUE DE L'ACCUEIL, DE L'INFORMATION ET DE LA VENTE

Coefficient 8

### Objectif de l'épreuve :

Cette épreuve pratique en milieu professionnel vise à apprécier l'aptitude du candidat à accueillir, informer et vendre à un client ou à un usager. Elle vise également à apprécier son niveau de connaissance de l'environnement professionnel, économique et juridique d'une organisation.

### Contenu de l'épreuve :

L'épreuve doit mettre le candidat en situation de révéler les compétences, les comportements professionnels et les savoirs associés, y compris ceux relatifs à l'environnement professionnel, économique et juridique, acquis dans la réalisation des activités suivantes :

Activité A1 - Accueil et information du client ou de l'utilisateur

Activité A3 – Conduite d'un entretien de vente

### Critères d'évaluation :

En forme ponctuelle ou en contrôle en cours de formation, l'évaluation des compétences implique l'évaluation des savoirs associés aux activités A1 et A3 et s'appuie sur les critères suivants :

- la qualité des réponses apportées aux demandes d'information ou de conseil
- la qualité relationnelle établie avec le client ou l'utilisateur
- le comportement professionnel
- la qualité de l'argumentation et de l'écoute
- la cohérence et la pertinence des réponses apportées lors de l'entretien de vente
- la qualité de l'expression et sa conformité aux règles et usages professionnels
- l'aptitude à transmettre des informations et à rendre compte
- la maîtrise de l'environnement organisationnel, économique et juridique des organisations.

### Conditions de conformité relative à la réglementation sur les PFMP :

La durée de la PFMP nécessaire pour l'évaluation de l'épreuve pratique en milieu professionnel est de *6 semaines, incluses dans les 22 semaines* de PFMP prévues pour le baccalauréat professionnel.

### Formes de l'évaluation :

#### A. Contrôle en cours de formation

L'évaluation des acquis du candidat s'effectue à l'occasion de deux situations d'évaluation réalisées en fin de classe de seconde professionnelle ou durant le premier semestre de la classe de première baccalauréat professionnel, dès que le candidat est prêt. Les deux situations se déroulent en milieu professionnel lors des PFMP, le cas échéant, la seconde situation d'évaluation peut se dérouler en centre de formation.

## ► Situation 1 : Pratique des activités en entreprise - Coefficient 5

Elle comporte deux phases :

### **Phase 1.** Activité «Accueil et information» - Coefficient 2

Elle s'appuie sur la réalisation par le candidat d'un accueil et d'une information, réels ou simulés, d'un client ou d'un usager, dans le cadre des activités habituelles d'une organisation.

### **Phase 2.** Activité «Vente» - Coefficient 3

Elle s'appuie sur la réalisation par le candidat d'une vente réelle ou simulée à un client ou à un usager, dans le cadre des activités habituelles d'une organisation.

Le professeur (ou le formateur) chargé de l'enseignement professionnel et le tuteur en entreprise (ou le maître d'apprentissage) se concertent en début de PFMP pour définir les deux phases de la situation d'évaluation qui seront réalisées par le candidat durant sa PFMP.

Le tuteur en entreprise observe les prestations du candidat et positionne les niveaux de compétences atteints par celui-ci dans les activités d'accueil, d'information et de vente. Lors de son passage en entreprise en fin de PFMP, le professeur de spécialité et le tuteur se concertent sur la base des positionnements effectués et arrêtent conjointement une proposition de note pour cette situation d'évaluation.

## ► Situation 2. Connaissance de l'environnement professionnel - Coefficient 3

*Durée maximale : 15 minutes*

Cette situation s'appuie sur un entretien avec une commission d'interrogation, composée du professeur de spécialité et, dans la mesure du possible, du tuteur en entreprise,. Elle se déroule en milieu professionnel, à l'issue de la situation 1, ou le cas échéant en centre de formation.

- **Dans une première phase**, le candidat présente les caractéristiques de l'environnement professionnel, économique et juridique de l'organisation dans laquelle le candidat a accompli sa PFMP (structure, clientèle, offre, marché).

- **Dans une deuxième phase** la commission procède à un questionnement permettant d'approfondir la présentation effectuée par le candidat.

### **B. Forme ponctuelle**

L'évaluation des acquis du candidat s'effectue sur la base d'une épreuve ponctuelle terminale, pratique et orale. L'épreuve se déroule en centre d'examen. La commission d'interrogation se compose d'un professeur de spécialité et d'un professionnel ou à défaut d'un second professeur de spécialité. Elle comporte deux parties successives :

➔ **Première partie** : *Pratique simulée des activités d'accueil, d'information et de vente - Coefficient 5 - Durée : 30 minutes*

Elle s'appuie sur la réalisation par le candidat de deux simulations de 15 minutes chacune. La première est relative à l'activité d'accueil et d'information et la seconde à l'activité de vente. Un membre de la commission d'interrogation tient le rôle du client. La commission détermine préalablement le contexte des simulations proposées au candidat.

➔ **Seconde partie : Connaissance de l'environnement professionnel - Coefficient 3 - Durée : 15 minutes**

Cette partie s'appuie sur un entretien avec la commission d'interrogation. Elle se déroule, à l'issue de la première partie et comporte deux phases :

- **Dans une première phase**, le candidat présente les caractéristiques de l'environnement professionnel, économique et juridique de l'organisation (structure, clientèle, offre, marché).
- **Dans une deuxième phase** la commission procède à un questionnement permettant d'approfondir la présentation effectuée par le candidat.

## **1.2 Les périodes de formation en entreprise**

### **1.2.1. Rappel des textes officiels concernant les PFMP**

- Circulaire ministérielle n° 2000-095 du 26 juin 2000 (BO n° 25 du 26/06/2000) / Définition du cadre du suivi en entreprise.
- B.O. n°2 du 8 janvier 2009 / Modèle de convention type relative à la formation en milieu professionnel

### **1.2.2. Objectifs de la formation en entreprise**

La formation en milieu professionnel doit permettre au futur bachelier professionnel :

- d'appréhender la réalité des situations professionnelles inhérentes à la formation de la seconde « Métiers de la relation aux clients et aux usagers »,
- d'acquérir et approfondir, dans une logique de formation articulée avec les autres modalités pédagogiques, les compétences décrites dans le référentiel de certification.

Les professeurs de l'équipe pédagogique, et plus particulièrement ceux chargés des enseignements de spécialité, doivent donc réfléchir à la mise en place d'une stratégie de formation qui intègre la formation au lycée et la formation en entreprise.

### **1.2.3. Modalités d'organisation des périodes de formation en entreprise**

La durée de la PFMP nécessaire pour l'évaluation de l'épreuve pratique en milieu professionnel est de 8 semaines, incluses dans les 22 semaines de PFMP prévues pour le baccalauréat professionnel. La durée de chaque période ne peut être inférieure à 3 semaines. Ces 8 semaines peuvent être découpées comme suit :

- une première période de 4 semaines situées entre la mi-novembre et fin janvier
- une seconde période de 4 semaines en juin/juillet.

Il est préconisé que le jeune reste dans la même entreprise pour les deux périodes si son projet personnel et professionnel est affirmé. En revanche, il est conseillé qu'il puisse changer d'entreprise si son projet est à construire, afin qu'il découvre la diversité des organisations.

### **1.2.4. Les entreprises formatrices**

Elles peuvent être de différentes natures :

- Entreprises de distribution et du commerce,
- Sociétés commerciales,
- Sociétés de services,

- Administrations, associations,
- Entrepôts et plates-formes de distribution.

Les entreprises formatrices doivent permettre aux jeunes de développer et d'acquérir les compétences correspondant au niveau d'exigence du diplôme à partir des activités centrées sur :

- l'accueil et l'information du client ou de l'utilisateur,
- le suivi, la prospection des clients ou le contact avec les usagers,
- La conduite d'un entretien de vente.

L'adhésion du tuteur est indispensable. La formation en entreprise est valorisée lors de l'épreuve professionnelle EP2 «Pratique de l'accueil, de l'information et de la vente ».

### 1.2.5. Rythme de l'alternance établissement de formation - entreprise

Deux temps rythment cette formation :

#### ➔ Première période de formation (mi-novembre/janvier)

Cette période de quatre semaines de formation en entreprise est centrée sur la découverte en entreprise, des organisations, des structures, des fonctions, des métiers, des activités dans les domaines de l'accueil, du suivi... et de la vente

Durant ces quatre semaines, l'élève est prioritairement placé dans l'entreprise en situation d'observation « ACTIVE », c'est-à-dire qu'il est amené à assister au déroulement des activités visées puis, le cas échéant, à participer à la réalisation encadrée de certaines tâches. Ces tâches, accessibles sur un temps limité, pourront être confiées à l'élève. Leur réalisation sera prise en compte dans l'acquisition d'expérience et dans le cadre d'une évaluation formative.

Les activités à réaliser :

- repérer les activités : l'élève décrit succinctement les activités réalisées ou observées relatives à l'entreprise (Ce document, explicité par l'enseignant avant le départ de l'élève en entreprise, peut faire l'objet d'une évaluation sommative intégrée dans le bulletin scolaire du premier trimestre.
- étudier l'environnement externe et interne de l'entreprise et compléter au moyen de l'outil informatique une fiche d'activité.
- réaliser des activités liées à l'accueil, à l'information et à l'orientation du client: Ces compétences sont à mettre en œuvre en situation de face à face et / ou au téléphone. Une appréciation globale est portée sur le bulletin du deuxième trimestre de l'élève.
- développer des savoir-être: l'élève fait compléter la grille des attitudes professionnelles par son tuteur. Un contact doit obligatoirement être établi entre le tuteur et un enseignant.

#### ➔ Deuxième période de formation (juin)

Cette période de quatre semaines est certificative et doit permettre de valider les compétences de l'épreuve EP2 (Cf. Grille EP2).

### 1.2.6. Le suivi des PFMP

L'équipe pédagogique dans sa totalité doit s'assurer du « bon déroulement des périodes » par l'élève. Il s'agit d'un suivi et non de visite systématique durant ces périodes. Il relève de la responsabilité des équipes et du chef d'établissement de mettre en place des modalités et une organisation du suivi assurant la vérification de la présence de l'élève et le « bon déroulement de la période ».

## 1.3. La certification au titre des épreuves EP1 et EP2

<b>EP1 : Epreuve professionnelle liée au contact avec le client et/ou l'utilisateur</b>
---

### Première situation : Contact téléphonique – Coefficient 2 – 10 points

Durée 20 minutes maximum – 15 minutes de préparation et 5 minutes de réalisation du contact

#### ► **Compétences évaluées**

\* **A2T1C2** : Rechercher, sélectionner et exploiter les informations nécessaires au contact :

- le contexte professionnel
- l'interlocuteur

\* **A2T1C1** : Définir l'objet du contact

\* **A2T1C4** : Préparer le message

\* **A2T3C1** : Mener l'échange téléphonique :

- obtenir le bon interlocuteur
- formuler le message ou la consigne
- vérifier la compréhension du message

\* **A2T3C2** : Relever les conclusions des contacts et les transmettre

#### ► **Critères d'évaluation**

\* **LA PREPARATION DU CONTACT :**

- **Rechercher et sélectionner les informations nécessaires au contact dans le cadre du contexte professionnel présenté** : (*Exemple de contexte professionnel : une relance fournisseur, ...Exemple d'informations : n° du client, montant de la facture, caractéristiques techniques du produit...*)
- **Pertinence des points traités** (contenu du message)

\* **LA REALISATION DU CONTACT TELEPHONIQUE :**

- **Obtenir le bon interlocuteur**

*Cela suppose que le bon interlocuteur est joignable (néanmoins, on peut mettre quelques barrières...le candidat « est accueilli au standard téléphonique»...)*

- **La qualité de la communication téléphonique**

- Expression orale
  - Qualité du langage (clarté, rigueur, précision, utilisation d'un vocabulaire professionnel adapté)
  - Caractères de l'expression orale (articulation, débit, pause, intonation...)
- Disponibilité
- Convivialité
- Conclusion et prise de congé

- **Relever les conclusions du contact et les transmettre**

- **Choisir le mode de transmission**

## **Deuxième situation : Contact par écrit – Coefficient 2 – 10 points**

*Durée 40 minutes maximum*

### **► Compétences évaluées**

**A2T1C1** - Rechercher et sélectionner des informations

**A2T1C3** - Déterminer le mode de transmission.

**A2T2C1** - Rédiger le message.

**A2T2C2**- Appliquer les règles de présentation en fonction de l'outil choisi et du destinataire

**A2T2C3**- Exploiter un carnet d'adresse

**A2T2C4** - Envoyer le message.

### **► Critères d'évaluation**

- **Rechercher, sélectionner et exploiter des informations**
- **Déterminer le mode de transmission** (L'urgence de la situation devra être précisée dans le contexte professionnel)
- **Rédiger le message**
  - Qualité de la présentation, qualité de l'expression écrite (clarté, syntaxe et orthographe), utilisation d'un vocabulaire professionnel
  - Contenus conformes à la situation professionnelle donnée
- **Appliquer les règles de présentation en fonction de l'outil choisi et du destinataire** (exemple : émetteur, récepteur, objet, date, signature) :
- **Exploiter un carnet d'adresse**
- **Envoyer le message : respecter la procédure d'envoi**

BEP Métiers de la relation aux clients et aux usagers  
 EP1: Épreuve professionnelle liée au contact avec le client et/ou l'utilisateur  
 Grille d'évaluation en CCF ou en forme ponctuelle – Coefficient 4

<b>ACADEMIE</b>	<b>SESSION</b>				
<b>CANDIDAT (nom et prénom)</b>	<b>Date</b>				
<b>1<sup>ère</sup> partie : CONTACT TELEPHONIQUE</b>	<b>TI</b>	<b>I</b>	<b>S</b>	<b>TS</b>	<b>Notation</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Aptitude à rechercher et sélectionner les informations nécessaires dans le cadre du contexte professionnel présenté</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Qualité de la fiche d'appel, pertinence des informations indiquées</li> </ul> </li> <li>- <b>Qualité de la communication téléphonique</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Qualité de l'échange téléphonique : (obtenir le bon interlocuteur, saluer, se présenter, présenter l'entreprise, identifier la fonction et le nom de l'interlocuteur concerné, formuler le message ou la consigne, conclure et prendre congé (et éventuellement suite à donner))</li> </ul> </li> <li>- <b>Capacité d'écoute et de dialogue, pertinence des réponses</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Utilisation d'un langage adapté : clarté, rigueur, précision, articulation, débit, pause, intonation, vocabulaire professionnel</li> </ul> </li> <li>- <b>Professionnalisme du comportement</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Disponibilité et convivialité</li> <li>o Adaptation de son langage et parolage</li> </ul> </li> <li>- <b>Maîtrise des fonctionnalités des logiciels et pertinence du choix des outils</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Relevé des conclusions et transmission</li> <li>o Mise à jour des données</li> </ul> </li> <li>- <b>Aptitude à rendre compte de ses travaux</b></li> <li>- <b>Justification de la démarche professionnelle</b></li> </ul>					
<b>TOTAL 1</b>					<b>/ 40</b>
<b>2<sup>ème</sup> partie : CONTACT PAR ECRIT</b>	<b>TI</b>	<b>I</b>	<b>S</b>	<b>TS</b>	<b>Notation</b>
<p><b>Réalisation du contact par écrit</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Aptitude à rechercher et sélectionner les informations nécessaires dans le cadre du contexte professionnel présenté</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Présence et exactitude des éléments du message (destinataire, objet, informations)</li> </ul> </li> <li>- <b>Qualité et pertinence des travaux écrits</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Qualité de la présentation,</li> <li>o Respect des règles de syntaxe et d'orthographe,</li> <li>o Utilisation d'un vocabulaire professionnel</li> <li>o Contenus conformes à la situation professionnelle donnée</li> </ul> </li> <li>- <b>Maîtrise des fonctionnalités des logiciels et pertinence du choix des outils</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Règles de présentation en fonction de l'outil choisi et du destinataire</li> <li>o Exploitation un carnet d'adresses</li> </ul> </li> <li>- <b>Aptitude à rendre compte de ses travaux</b></li> <li>- <b>Justification de la démarche professionnelle</b></li> </ul>					
<b>TOTAL 2</b>					<b>/ 40</b>
<b>TOTAL PARTIE 1 ET PARTIE 2</b>					<b>/ 80</b>
<i>TI : Très insuffisant    I : Insuffisant    S : Satisfaisant    TS : Très satisfaisant</i>					
<b>Appréciation globale du candidat :</b>					
<b>Membres de la commission d'interrogation :</b>			<b>Signatures</b>		
-					
-					

**BEP Métiers de la relation aux clients et aux usagers**  
**EP2: Pratique de l'accueil, de l'information et de la vente**  
**Grille d'évaluation en CCF – Coefficient 8**

<b>ACADEMIE</b>	<b>SESSION</b>
<b>CANDIDAT (nom et prénom)</b>	<b>Date</b>
<b>ENTREPRISE</b>	<b>Tuteur : Fonction</b>

**Situation n°1 : Pratique des activités en entreprise**

<b>Phase 1 : Accueil et information</b>					<b>/ 40</b>
- <b>Comportement professionnel</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Accueil du client ou de l'utilisateur (organiser son espace d'accueil, saluer, identifier l'interlocuteur....)</li> <li>o Attitude professionnelle d'accueil (posture, tenue, disponibilité....)</li> </ul> Respect des consignes, gestion des priorités, prise d'initiative, implication					
- <b>Qualité des réponses apportées aux demandes d'information ou de conseil</b> Recherche et sélection de l'information, orientation, remise d'une documentation					
- <b>Qualité relationnelle établie avec le client ou l'utilisateur</b> Application des règles de savoir-vivre, confort du client					
- <b>Aptitude à transmettre des informations et à rendre compte</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Remontée des informations</li> </ul>					
- <b>Aptitude à transmettre des informations et à rendre compte</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Remontée des informations</li> </ul>					
<b>Phase 2 : Vente</b>					
- <b>Comportement professionnel</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Préparation de l'entretien (connaissance de l'offre, de la clientèle, du produit ou du service...)</li> <li>o Recherche méthodique des besoins du client, de l'utilisateur</li> <li>o Posture professionnelle adaptée</li> </ul>					<b>/ 60</b>
- <b>Cohérence et pertinence des réponses apportées lors de l'entretien de vente</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Présentation du produit, du service</li> <li>o Réponses aux questions et objections courantes</li> <li>o Conclusion de l'entretien de vente (vente additionnelle, encaissement, prise de congé, recherche de l'accord du client)</li> </ul>					
- <b>Qualité de l'argumentation et de l'écoute</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Écoute active du client, de l'utilisateur</li> <li>o Argumentation et conseil (démonstration, traitement des objections)</li> </ul>					
- <b>Qualité de l'expression et conformité aux règles et usages professionnels</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Utilisation d'un vocabulaire adapté tout au long de l'entretien</li> </ul>					

<b>Situation n°2 : Connaissance de l'environnement professionnel (entretien)</b>					<b>/ 60</b>
- <b>Maîtrise de l'environnement organisationnel, économique et juridique des organisations</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Maîtrise du cadre des échanges</li> </ul> Présentation de la structure, de l'offre, de la clientèle et du marché de l'organisation					

<b>Total situation 1 + 2</b>			<b>TOTAL ...../160</b>		
			<b>Note : ...../20</b>		
<b>Appréciation globale du candidat</b>			<b>Noms</b>		<b>Visas</b>
			<i>Le professeur :</i>		
			<i>Le tuteur :</i>		
			<i>Date :</i>		

**BEP Métiers de la relation aux clients et aux usagers**  
**EP2: Pratique de l'accueil, de l'information et de la vente**  
**Grille d'évaluation en Ponctuel – Coefficient 8**

<b>ACADÉMIE</b>	<b>SESSION</b>				
<b>CANDIDAT (nom et prénom)</b>	<b>Date</b>				
<b>ENTREPRISE</b>	<b>Tuteur : Fonction</b>				
Critères d'évaluation	TI <sup>1</sup>	I	S	TS	
<b>1<sup>ère</sup> partie : Pratique simulée des activités d'accueil, d'information et de vente (30 minutes)</b>					
<b>Simulation 1 : Accueil et information (durée 15 minutes)</b>					
- <b>Comportement professionnel</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Accueil du client ou de l'utilisateur (organiser son espace d'accueil, saluer, identifier l'interlocuteur....)</li> <li>○ Attitude professionnelle d'accueil (posture, tenue, disponibilité....)</li> <li>○ Respect des consignes, gestion des priorités, prise d'initiative, implication</li> </ul>					<b>/ 40</b>
- <b>Qualité des réponses apportées aux demandes d'information ou de conseil</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Recherche et sélection de l'information, orientation, remise d'une documentation</li> </ul>					
- <b>Qualité relationnelle établie avec le client ou l'utilisateur</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Application des règles de savoir-vivre, confort du client</li> </ul>					
- <b>Aptitude à transmettre des informations et à rendre compte</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Remontée des informations</li> </ul>					
<b>Simulation 2 : Vente (durée 15 minutes)</b>					
- <b>Comportement professionnel</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Préparation de l'entretien (connaissance de l'offre, de la clientèle, du produit ou du service...)</li> <li>○ Recherche méthodique des besoins du client, de l'utilisateur</li> <li>○ Posture professionnelle adaptée</li> </ul>					<b>/ 60</b>
- <b>Cohérence et pertinence des réponses apportées lors de l'entretien de vente</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Présentation du produit, du service</li> <li>○ Réponses aux questions et objections courantes</li> <li>○ Conclusion de l'entretien de vente (vente additionnelle, encaissement, prise de congé, recherche de l'accord du client)</li> </ul>					
- <b>Qualité de l'argumentation et de l'écoute</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Écoute active du client, de l'utilisateur</li> <li>○ Argumentation et conseil (démonstration, traitement des objections)</li> </ul>					
- <b>Qualité de l'expression et conformité aux règles et usages professionnels</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Utilisation d'un vocabulaire adapté tout au long de l'entretien</li> </ul>					
<b>2<sup>ème</sup> partie : Entretien avec la commission sur l'environnement professionnel</b>					
Présenter les caractéristiques de l'environnement professionnel (profil de clientèle, structure de l'unité commerciale, zone de chalandise.....), économique (marché, offre...), juridique (forme juridique.....)					<b>...../60</b>
Entretien d'approfondissement sur la présentation effectuée par le candidat					
<b>Total situation 1 + 2</b>	<b>TOTAL ...../160</b>				
	<b>Note : ...../20</b>				
<b>Observation du jury</b>	<b>Évaluateurs</b>				
	<b>Noms</b>		<b>Visas</b>		
	<b>Tuteur :</b>				
	<b>Professeur :</b>				

<sup>1</sup> TI : très insuffisant ; I : Insuffisant ; S : satisfaisant ; TS : Très satisfaisant

## II. La certification du baccalauréat « Commerce »

### 2.1 Les périodes de formation en entreprise

#### 2.1.1. Objectifs

La formation en milieu professionnel est une phase déterminante de l'acquisition des compétences propres au diplôme et, à ce titre, doit être en interaction avec la formation délivrée en centre de formation. Elle doit permettre au futur bachelier professionnel :

- d'appréhender la réalité des situations professionnelles commerciales de référence,
- d'acquérir et approfondir, dans une logique de formation articulée avec les autres modalités pédagogiques, les compétences décrites dans le référentiel de certification.

Les compétences qui seront développées au cours de cette formation sont relatives à l'animation, la gestion, la vente en unité commerciale.

#### 2.1.2. Modalités

La période de formation en milieu professionnel, d'une durée de **22 semaines** obligatoire. Elle sert d'appui à l'élaboration d'une action de promotion – animation.

Elle se déroule obligatoirement au sein d'unités commerciales repérées dont l'activité principale est la vente de produits (biens ou services). Les tâches confiées au formé durant sa formation en entreprise doivent relever des activités habituelles assurées par les employés :

- vendeur, vendeuse
- vendeur spécialisé, vendeuse spécialisée,
- vendeur conseiller, vendeuse conseillère,
- conseiller de vente, conseillère de vente,
- employé(e) de commerce,
- employé(e) commercial(e),
- assistant(e) de vente,
- adjoint du responsable de petites unités commerciales...

Pour des raisons liées au projet professionnel personnel du formé ou à la technicité du produit, toutes les périodes pourront être réalisées au sein d'une ou plusieurs unités commerciales appartenant à un seul et même secteur d'activité, dans la mesure où les entreprises d'accueil permettent de couvrir toutes les compétences citées plus haut, notamment celles relatives à la vente de contact.

#### 2.1.3. Organisation

→ Voie scolaire

**La durée de la formation en milieu professionnel est de 22 semaines** : 2 fois 3 semaines en seconde, 2 fois 4 semaines en première et terminale. La place de ces séquences dans l'année scolaire est laissée à l'initiative de l'établissement en accord avec les milieux professionnels locaux. L'équipe pédagogique doit être attentive aux points suivants :

- ☞ les périodes définies doivent permettre aux élèves de participer à une action de promotion – animation, support de l'épreuve E2 (action de promotion – animation en unité commerciale),
- ☞ elles doivent en outre favoriser l'acquisition des compétences relatives à la vente de contact,
  - en terminale professionnelle, la dernière séquence s'achève au plus tard un mois avant le début des épreuves de l'examen.

**L'équivalent de deux semaines peut être utilisé pour répondre à un besoin** de technicité sur un produit, une famille de produits ou un secteur considéré pour un groupe d'élèves ou pour l'ensemble des élèves d'une même promotion. Il s'agit bien de réserver ces deux semaines (une fois deux semaines, deux fois une semaine, deux jours ici, trois jours à une autre période...) à un besoin de formation spécifique sur la technicité des produits vendus.

Exemples :

- ✓ Intervention d'un ou de plusieurs professionnels sur une formation technique approfondie au lycée
- ✓ Participation de un ou plusieurs élèves à un stage de formation technique d'une enseigne en dehors des autres périodes de formation en milieu professionnel (l'équipe pédagogique s'efforce alors de trouver les solutions pédagogiques pour gérer l'absence momentanée de ces élèves)
- ✓ Exploitation d'une situation formatrice difficile à mettre en œuvre dans le cadre pédagogique habituel ; un professionnel réalise une animation au cours de laquelle il effectue des démonstrations ; un élève peut être invité à y participer dès lors qu'il s'agit de le former.

Remarques :

1. L'opération de promotion ou d'animation support de l'épreuve E2 doit être choisie dans le cadre des 16 semaines de PFMP restantes, d'où l'importance de bien déterminer les dates de manière à couvrir le plus d'opérations potentielles possibles.

2. Lorsque la section est typée « section européenne », il serait judicieux d'envisager qu'une période de formation de trois à quatre semaines soit réalisée dans le pays concerné par la langue enseignée en DNL (discipline non linguistique).

**L'organisation des périodes de formation en milieu professionnel** fait l'objet d'une convention entre le chef d'entreprise accueillant l'élève et le chef d'établissement scolaire où ce dernier est scolarisé. Cette convention est établie conformément au Bulletin Officiel N° 2 du 08 janvier 2009.

Afin de pouvoir répondre à toute sollicitation des organismes de contrôle, l'annexe pédagogique doit préciser tous les éléments destinés à prouver le caractère formatif de la période, à savoir :

- ☞ les objectifs poursuivis libellés en termes de compétences à acquérir,
- ☞ les objectifs à approfondir dans le cadre d'une spécialisation éventuelle,
- ☞ les modalités prévues pour atteindre les objectifs pré-cités (responsabilités confiées à l'élève),
- ☞ les informations que l'entreprise s'engage à fournir afin d'aider l'élève dans son travail.
  
- ☞ les conditions matérielles de déroulement de la période de formation en entreprise (lieu, conditions matérielles, horaires),
- ☞ les modalités de tutorat (nom du tuteur au sein de l'unité commerciale, modalités de suivi de l'élève par ce tuteur),
- ☞ les modalités d'échange entre le représentant de l'unité commerciale, le tuteur et l'équipe pédagogique (fréquence et dates des visites du représentant de l'équipe pédagogique au sein de l'entreprise, procédures d'échanges d'informations en cas de difficultés rencontrées par l'élève...),
- ☞ les modalités de la mise en place des situations d'évaluation et celles de l'évaluation de chaque période de formation.

Durant les périodes de formation en entreprise, l'élève garde le statut scolaire. À la fin de chaque période de formation en entreprise, **une attestation**, précisant la date et la durée de la période de formation, est établie par le responsable de l'unité commerciale. Le chef d'établissement authentifiera les dix-huit semaines réalisées au sein des entreprises d'accueil. Attestations d'entreprise et attestation du chef d'établissement doivent être jointes au dossier professionnel de l'épreuve E3 (vente en unité commerciale).

**Documents à consulter : Annexe Pédagogique de J.M. Panazol, I.G.E.N.**

« Document d'aide à la négociation des activités en milieu professionnel »

« Attestation de la formation en milieu professionnel »

## Missions du professeur ou du formateur chargé des enseignements de spécialité

Trois temps jalonnent les missions du professeur (ou du formateur). Il s'agit non seulement de préparer la formation en entreprise, mais également d'accompagner le jeune durant sa formation en entreprise.

### Avant le départ en formation :

- Construire la stratégie de formation en intégrant le parcours en entreprise
- Informer l'élève et sa famille des droits et devoirs pendant la formation en entreprise
- Préparer l'élève à la période de formation en entreprise (savoir-faire – savoir-être)
- Prospecter, sélectionner et valider des lieux d'accueil correspondant à la formation dispensée
- Négocier les objectifs à réaliser (les traduire en situations et tâches opérationnelles spécifiques au lieu d'accueil)
- Préciser les compétences à acquérir et ultérieurement à évaluer
- Définir les moyens à mettre en œuvre par le tuteur et notamment l'accès à l'information (annexe pédagogique à renseigner)

### Pendant la période de formation en entreprise

- Inciter le jeune à s'imprégner de la culture de l'entreprise
- Assurer une veille professionnelle (mercatique, économique, juridique...) à partir des informations recueillies dans le cadre des relations avec l'entreprise
- Assurer un suivi pédagogique du déroulement de la formation en entreprise : mise en œuvre des modalités de contact avec les tuteurs
- Contribuer aux différents moments d'évaluation, que celle-ci soit formative ou certificative  
Renforcer les relations partenariales

### Après la période de formation en entreprise

- Évaluer la qualité de la formation reçue dans le lieu d'accueil au regard des objectifs négociés
- Négocier les interventions extérieures
- Contribuer à la formalisation des relations avec les entreprises, en relation étroite avec le coordonnateur tertiaire, par des chartes, des partenariats...

## CONCLUSION :

Ces démarches ont donc pour objectif d'instaurer des partenariats forts dans le but de favoriser, au delà de la nécessaire qualité de la formation, une insertion professionnelle durable.

## Missions du tuteur ou du maître d'apprentissage

Trois axes cernent les missions du tuteur ou du maître d'apprentissage. Il s'agit de permettre au jeune qui vient se former en entreprise, de se professionnaliser, d'acquérir une aisance relationnelle propre à faciliter son intégration dans un groupe social.

### \* La mission d'intégration

- Accueillir
- Guider sur le lieu de travail
- Faire découvrir les postes de travail à travers :
  - la présentation de l'entreprise
  - la prise en charge

### \* La mission relationnelle

- Informer
- Sécuriser
- Intégrer
- Dialoguer
- Motiver
- Dynamiser

à travers :

- l'acquisition de la culture de l'entreprise et du métier
- l'intégration dans l'équipe de travail
- l'accompagnement du jeune
- → la relation avec les professeurs ou formateurs

#### \* La mission professionnelle

- Former
- Apprendre à apprendre
- Participer à l'évaluation

à travers :

- la transmission de savoir-faire et de savoir-être
- la définition des situations d'apprentissage
- la participation à la définition des situations d'évaluation dans les trois domaines : organisation de l'offre « produits », gestion du rayon et vente
- l'accompagnement du jeune dans l'action de promotion – animation
- la gestion des documents école – entreprise (attestations, fiche navette, documents d'évaluation...).

#### Missions des autres acteurs de l'équipe éducative

La circulaire n° 2000-095 du 26 juin 2000 (B.O.E.N. n° 25 du 29 juin 2000) explicite l'implication des différents acteurs en ce qui concerne l'encadrement pédagogique.

***Elle rappelle l'importance de l'action du chef de travaux ou du coordonnateur tertiaire dans le tissage des liens avec les milieux économiques, et principalement dans la définition du calendrier des périodes en entreprise durant l'année scolaire.*** À cet égard, il est important de noter que l'élève doit nourrir le support de l'épreuve E2 à partir de sa participation à une action de promotion –animation en unité commerciale. Les périodes doivent donc être choisies en conséquence.

#### → La préparation de la période en milieu professionnel

La recherche et le choix des entreprises d'accueil relèvent de **la responsabilité de l'équipe pédagogique** qui doit prendre en charge les contacts nécessaires. Si les élèves peuvent contribuer à cette recherche, ils le font sous la responsabilité des enseignants qui doivent vérifier la faisabilité des objectifs de formation assignés à chaque période.

Si l'équipe pédagogique dans son ensemble est concernée par la préparation pédagogique du séjour (acquisition des savoirs, des savoir-faire et des savoir-être utiles à l'intégration dans l'entreprise, présentation des milieux professionnels, présentation de l'élève au tuteur...), l'implication des professeurs dispensant les enseignements de spécialité est indispensable pour la négociation des objectifs de formation. C'est au professeur principal de la classe que revient la coordination de l'ensemble des opérations, notamment celles relatives à l'établissement des conventions de stage.

Document à consulter : ***Le document d'aide à la négociation des activités en milieu professionnel***

## → L'accompagnement de la période en entreprise

La circulaire pré-citée rappelle les deux types de visite : visites de suivi et visites d'évaluation.

Chaque séquence de formation en entreprise doit faire l'objet d'une **visite de suivi** au démarrage et d'une **visite d'évaluation formative** en fin de période. Suivi et évaluation formative concernent les membres de l'équipe pédagogique, notamment les professeurs des disciplines générales. La création des documents de suivi et d'évaluation formative reste à la discrétion de l'équipe pédagogique.

Dans le cadre du contrôle en cours de formation mis en place pour l'épreuve E3 (vente en unité commerciale), en ce qui concerne **l'évaluation certificative**, la définition des épreuves du baccalauréat professionnel prévoit que c'est au(x) professeur(s) (ou formateur(s)) chargé(s) des enseignements de spécialité qu'il revient de mettre en place et d'évaluer conjointement avec le tuteur (ou le maître d'apprentissage) les trois situations relatives à l'organisation de l'offre « produits », la gestion du rayon et la vente.

Document à consulter : **les 3 grilles d'évaluation certificative relatives à l'épreuve E3**

## → Voie de l'apprentissage

Pour les jeunes préparant le baccalauréat professionnel par la voie de l'apprentissage, la durée du contrat est fixée en application de l'article R.6222-7 (2°) du code du travail. La durée de la formation nécessaire à la préparation du baccalauréat professionnel par la voie de l'apprentissage dispensée en centre de formation d'apprentis ou section d'apprentissage est au moins égale à 1 850 heures. En cas de réduction de la durée du contrat d'apprentissage à deux ans ou à un an dans les conditions fixées par le code du travail, cette durée de formation ne peut être inférieure, respectivement, à 1 350 heures ou à 675 heures.

Pour les apprentis, la photocopie du contrat d'apprentissage est accompagnée des attestations délivrées par le directeur de CFA, prouvant que l'apprenti a réalisé un cursus complet de formation. Les activités effectuées dans l'unité commerciale sont en cohérence avec les exigences du référentiel ; elles sont précisées en annexe du contrat d'apprentissage.

Afin d'assurer une cohérence dans la formation, l'équipe pédagogique du centre de formation d'apprentis doit veiller à informer les maîtres d'apprentissage des objectifs des différentes périodes au moyen du document de liaison, et plus particulièrement de leur importance dans les épreuves professionnelles.

Pour mémoire : **Extrait des règles de droit relatives à l'accomplissement d'un contrat d'apprentissage.**

### Les engagements de l'entreprise

Art. L. 117-1 : *engagement à assurer une formation méthodique et complète, dispensée pour partie en entreprise et pour partie en C.F.A.*

Art. L. 117-4 : *contribution à l'acquisition des compétences correspondant au titre ou diplôme préparé, en liaison avec le C.F.A.*

Art. L. 117-7 : *engagement à faire suivre à l'apprenti la formation dispensée en centre et à prendre part aux activités destinées à coordonner celles -ci et la formation en entreprise.*

Art. L. 117- bis 2 : *le temps consacré par l'apprenti aux enseignements et activités pédagogiques du C.F.A. doit être compris dans l'horaire de travail.*

*Dans le cas d'un non-respect de ces dispositions réglementaires, l' I.E.N. correspondant du S.A.A. est en mesure d'effectuer un signalement en préfecture et de demander une décision d'opposition à l'engagement d'apprentis conformément à l'article L. 117-5 du code du travail.*

### Cas de mise en demeure pour absences répétées

*Conformément à l'article R. 117-5-2 du code du travail, pour non-respect des articles L. 116-10 et L. 117-7.*

## → Voie de la formation professionnelle continue

*Selon l'Article D. 337-61 – (modifié par le décret n°2009-145 du 10 février 2009 - art. 6) – La durée de la formation nécessaire à la préparation du baccalauréat professionnel par la voie de la formation professionnelle continue est égale, compte non tenu des périodes de formation en milieu professionnel, à :*

1° Au moins 600 heures, pour les candidats qui sont titulaires d'un diplôme ou titre enregistré dans le répertoire national des certifications professionnelles et classé au niveau IV de la nomenclature interministérielle des niveaux de formation, ou ayant accompli la scolarité complète y conduisant ;

2° Au moins 1 100 heures pour les candidats qui sont titulaires d'un diplôme ou titre enregistré dans le répertoire national des certifications professionnelles et classé au niveau V de la nomenclature interministérielle des niveaux de formation, ou ayant accompli la scolarité complète y conduisant ;

3° Au moins 1 350 heures dans les autres cas.

Cependant, la durée de formation requise peut être réduite par une décision de positionnement conformément aux dispositions des articles D. 337-62 et D. 337-63, pour les candidats justifiant, en plus des conditions de titres, diplômes ou formations précisées ci-dessus, d'études ou d'activités professionnelles, ou bien de dispenses d'épreuves ou d'unités constitutives du diplôme. Aucune durée minimum de formation ne s'impose en cas de positionnement pour les candidats relevant du 1° du présent article.

*Le positionnement selon l'Article D. 337-62 – (modifié par le décret n°2009-145 du 10 février 2009 - art. 7) – La décision de positionnement fixe la durée de formation qui sera requise lors de l'inscription au diplôme. Elle est prononcée par le recteur ou par le directeur régional de l'alimentation, de l'agriculture et de la forêt ou le directeur régional des affaires maritimes pour les candidats relevant des deuxième et troisième alinéas de l'article D. 337-53, à la demande du candidat, après son admission dans un établissement et selon les modalités fixées par arrêté du ministre chargé de l'éducation. Cette décision est prise au titre du baccalauréat professionnel que le candidat souhaite préparer et vaut jusqu'à l'obtention de ce diplôme.*

### LES ABSENCES

Les absences pendant les périodes de formation en entreprise, devront être rattrapées afin de satisfaire la réglementation de l'examen. Le rattrapage doit se faire en dehors des heures de cours et en accord avec le professeur de vente et l'équipe de direction du lycée, en respectant les conditions légales (conventions, assurances).

En principe, il n'y pas de dérogation à cette règle. Seuls certains cas particuliers feront l'objet d'une étude par l'inspecteur chargé de l'examen pour avis auprès du Recteur qui peut seul prendre la décision de dérogation.

Le chef d'établissement du candidat concerné émettra une demande écrite auprès de l'inspecteur et fournira les pièces qu'il juge nécessaires à l'ouverture d'un dossier. Pour mémoire, la durée de formation minima en établissement sous statut scolaire est de 1 900 heures conformément à la réglementation du baccalauréat trois ans.

## 2.2 Le suivi des périodes de formation en entreprise.

Pendant la formation en entreprise, le candidat a obligatoirement la qualité d'élève stagiaire et non de salarié. Cette formation est encadrée par une convention conforme aux recommandations du B.O. n°2 du 8 janvier 2009 / Modèle de convention type relative à la formation en milieu professionnel

L'élève reste sous la responsabilité pédagogique de l'équipe des professeurs chargés de la section. Ces derniers effectuent, selon la durée de la période, les visites nécessaires à un bon suivi. Un échange téléphonique avec le tuteur d'entreprise dès la première semaine est souhaitable pour s'assurer de la bonne immersion de l'élève.

L'alternance en baccalauréat professionnel implique, pour l'organisation et le suivi, une participation élargie à l'ensemble de l'équipe pédagogique. Les tâches sont distribuées de la façon suivante :

- Les professeurs d'enseignement général sont amenés à :
  - \* contribuer à la recherche de lieux de formation,
  - \* contrôler lors des visites, les objectifs prévus
  - \* assurer, les visites de suivi.
  
- Les professeurs d'économie-gestion sont compétents pour :
  - vérifier la conformité du lieu avec le référentiel d'activités professionnelles,
  - négocier les objectifs de formation, les activités proposées au candidat,
  - contrôler les objectifs prévus,
  - procéder de façon exclusive dans l'entreprise d'accueil, avec le tuteur, à la synthèse de l'évaluation (en terminale) des compétences et attitudes professionnelles.

### ***📄 Grille d'évaluation des PFE de terminale (C.f. épreuve E3)***

#### **Situation des classes de baccalauréat professionnel à effectif important :**

Les professeurs d'économie et gestion (C.A.B. / C.O.B. / Vente) intervenant dans l'établissement veilleront à s'associer afin d'alléger la charge de travail du professeur référent et d'assurer un suivi conforme aux exigences de l'examen.

Les professeurs en charge du suivi et de l'évaluation des périodes de formation en entreprise veilleront en outre à solliciter un ordre de mission auprès de leur chef d'établissement.

### III. Les épreuves à l'examen

#### 3.1. B.E.P. « M.R.C.U. »

Spécialité « Métiers de la relation aux clients et aux usagers » de brevet d'études professionnelles						
INTITULE DES EPREUVES	Unité	Coef	Scolaires établissements publics ou privés sous contrat apprentis F.F.A. ou sections d'apprentissage habilités	Formation professionnelle continue (établissements publics)	Scolaires établissements publics ou privés sous contrat apprentis F.F.A. ou sections d'apprentissage non habilités, formation professionnelle continue (établissement privés), enseignement à distance, candidats individuels	Durée de l'épreuve ponctuelle
EP1 - Epreuve professionnelles liées au contact avec le client et/ou l'utilisateur	UP1	4	C.C.F	C.C.F	Ponctuelle orale et écrite	1 h (dont 15 minutes de préparation)
EP2 – Pratique de l'accueil, de l'information et de la vente	UP2	9 (1)	C.C.F	C.C.F	Ponctuelle pratique et orale	45 minutes (+ 1h P.S.E)
EG 1 – Français – Histoire-Géographie-éducation civique	UG1	6	Ponctuelle écrite	C.C.F	Ponctuelle écrite	3 h
EG 2 - Mathématiques	UG2	4	C.C.F	C.C.F	Ponctuelle écrite	1 h
EG 3 –Education physique et sportive	UG3	2	C.C.F	C.C.F	Ponctuelle	

### 3.2. Baccalauréat professionnel « Commerce »

Baccalauréat professionnel COMMERCE			Candidat de la voie scolaire dans un établissement public ou privé sous contrat, CFA ou section d'apprentissage habilité, formation professionnelle continue dans un établissement public		Candidat de la voie scolaire dans un établissement privé hors contrat, CFA ou section d'apprentissage non habilité, formation professionnelle continue dans un établissement privé, CNED, candidats justifiant de 3 années d'activité professionnelle		<u>Candidat de la formation professionnelle continue dans un établissement public habilité</u>	
Épreuves	Unités	Coef	Forme	Durée	Forme	Durée	Forme	Durée
<b>E1 Épreuve scientifique et technique</b>		<b>6</b>						
sous-épreuve E11 : Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale	U11	4	écrite	3 h	écrite	3h	CCF	
sous-épreuve E12 : Économie et droit	U12	1	écrite	1h 30	écrite	1h 30	CCF	
sous-épreuve E13 : Mathématiques	U13	1	écrite	1h	écrite	1h	CCF	
<b>E2 Action de promotion – animation en unité commerciale</b>	U2	<b>4</b>	CCF		orale	30 min	CCF	
<b>E3 Épreuve pratique prenant en compte la formation en milieu professionnel : vente en unité commerciale</b>	U3	<b>4</b>	CCF		orale	30 min	CCF	
<b>E4 Langue vivante</b>	U4	<b>2</b>	écrite	2h	écrite	2h	CCF	
<b>E5 Culture générale : français, histoire géographie</b>		<b>5</b>						
sous-épreuve E51 : Français	U51	3	écrite	2h 30	écrite	2h 30	CCF	
sous-épreuve E52 : Histoire géographie	U52	2	écrite	2h	écrite	2h	CCF	
<b>E6 Éducation artistique - arts appliqués</b>	U6	<b>1</b>	CCF		écrite	3h	CCF	
<b>E7 Éducation physique et sportive</b>	U7	<b>1</b>	CCF		pratique		CCF	
<b>Épreuve facultative : langue vivante</b>	UF1		orale	20 min	orale	20 min	orale	20 min

CCF : contrôle en cours de formation. La description, la durée et le coefficient des différentes situations d'évaluation figurent à l'annexe IV, "définition des épreuves".

**Finalités**

Cette épreuve vise à apprécier l'aptitude du candidat à mobiliser ses compétences et ses connaissances en vue de l'analyse de situations à caractère professionnel et de la résolution de problèmes liés à l'exercice de la profession.

Sous-épreuve E11 : Préparation et suivi de l'activité de l'unité commerciale

Coefficient : 4

**► Objectifs**

Cette sous-épreuve vise à évaluer la maîtrise des techniques mises en œuvre pour l'activité de l'unité commerciale et son suivi.

**► Forme de l'évaluation****1 – Ponctuelle : évaluation écrite d'une durée de 3 heures.**

Plusieurs " situations-problèmes " liées à l'exercice de la profession, éventuellement accompagnées d'une documentation, sont proposées au candidat en vue de leur analyse et résolution.

Un professeur sera désigné académiquement par l'inspecteur de filière afin de participer à la réunion nationale d'harmonisation si cette dernière est prévue. Il sera chargé d'effectuer un compte rendu à ses collègues, le jour de la correction de l'étude de cas.

**2 - Contrôle en cours de formation**

Le contrôle en cours de formation comporte trois situations d'évaluation d'égale importance, organisées par le ou les professeurs [ou formateur(s)] ayant la responsabilité de l'acquisition des compétences énumérées ci-dessus. Elles donnent lieu à une production écrite du candidat. Les critères d'évaluation sont ceux requis dans le cadre de l'évaluation ponctuelle correspondante.

Chaque situation d'évaluation prend la forme d'une " situation problème " liée à l'exercice de la profession, éventuellement accompagnée d'une documentation, et proposée au candidat en vue de son analyse et de sa résolution.

À l'issue de chaque situation d'évaluation, le(s) professeur(s) en charge des enseignements professionnels de spécialité constituera(ont) pour chaque candidat un dossier comprenant :

- l'ensemble des documents remis au candidat (sujets, documents annexes) pour effectuer le travail demandé pendant la situation d'évaluation,
- les documents rédigés par le candidat durant l'évaluation,
- une fiche d'analyse du travail effectué par le candidat, rédigée par le(s) professeur(s) de vente, en terme de comparaison entre ce qui a été réalisé par le candidat et ce qui était attendu (barèmes détaillés et critères d'évaluation).

Seule cette fiche d'analyse sera transmise au jury, accompagnée de la proposition de note. Les autres éléments du dossier décrits ci-dessus seront mis à la disposition du jury qui pourra demander à en avoir communication, et de l'autorité rectorale pour la session considérée et jusqu'à la session suivante.

Après examen attentif des documents fournis, le cas échéant, le jury formule toutes remarques et observations qu'il juge utile et arrête la note.

**► Objectifs**

Cette sous-épreuve vise à apprécier la capacité du candidat à mobiliser ses connaissances en économie et droit afin de traiter une ou plusieurs questions sur un thème économique et/ou juridique en relation avec une situation professionnelle en entreprise.

**► Forme de l'évaluation**

1 - Ponctuelle : évaluation écrite d'une durée de 1 heure et 30 minutes.

**L'épreuve comporte plusieurs questions en relation avec l'activité professionnelle. Elle prend appui sur un ou plusieurs documents**

2 - Contrôle en cours de formation

Le contrôle en cours de formation comporte trois situations d'évaluation d'égale importance, organisées par l'équipe enseignante. Elles se situent au cours de l'année de terminale. Leur degré d'exigence est équivalent à celui requis dans le cadre de l'évaluation ponctuelle correspondante. Elles donnent lieu à une production écrite du candidat.

Chaque situation d'évaluation comporte plusieurs questions en relation avec une situation professionnelle en entreprise et prend appui sur un ou plusieurs documents.

À l'issue de chaque situation d'évaluation, le professeur ayant en charge la formation constituera pour chaque candidat un dossier comprenant :

- l'ensemble des documents remis au candidat (sujets, documents annexes) pour effectuer le travail demandé pendant la situation d'évaluation,
- les documents rédigés par le candidat durant l'évaluation,
- une fiche d'analyse du travail effectué par le candidat, rédigée par le professeur ayant en charge la formation en terme de comparaison entre ce qui a été réalisé par le candidat et ce qui était attendu (barèmes détaillés et critères d'évaluation).

Seule cette fiche d'analyse sera transmise au jury, **accompagnée de la proposition de note**. Les autres éléments du dossier décrits ci-dessus seront mis à la disposition du jury qui pourra demander à en avoir communication, et de l'autorité rectorale pour la session considérée et jusqu'à la session suivante.

Après examen attentif des documents fournis, le cas échéant, **le jury formule toute remarque et observation qu'il juge utile et arrête la note.**

**► Objectifs**

Cette épreuve vise à évaluer l'aptitude du candidat à participer à la mise en œuvre d'une action de promotion/animation de rayon et à mobiliser les compétences nécessaires à la mise en valeur d'un produit, d'une ligne de produits ou d'un secteur d'activité.

**► Forme de l'évaluation**

Cette sous-épreuve repose sur une action de promotion/animation, réalisée par le candidat au cours de sa formation en milieu professionnel ou de son activité salariée. Cette action doit être personnelle et revêtir un caractère authentique. Elle sert de base à une présentation orale faisant appel aux techniques de l'information et de la communication.

**1 - Ponctuelle** : évaluation orale d'une durée de 30 minutes maximum.

**1.1 – Dossier de présentation de l'action de promotion-animation**

L'action de promotion-animation est matérialisée par un dossier de 10 à 15 pages maximum, annexes comprises, présenté sur support papier et élaboré à l'aide de l'outil informatique.

Ce document est structuré de façon à mettre en évidence :

- la présentation de l'action (titre de l'action, principales caractéristiques de l'entreprise, situation professionnelle à l'origine de l'action...);
- la démarche suivie pour monter l'action et le degré d'implication du candidat ;
- la partie technique relative au produit ou à la ligne de produits, en relation avec la promotion - animation
- la stratégie de promotion – animation proposée (cible, objectifs, techniques mises en œuvre...).

Le recteur fixe la date à laquelle le candidat doit remettre ce dossier de présentation de promotion-animation, en deux exemplaires, au service chargé de l'organisation de l'examen.

**1.2 – Déroulement de l'épreuve**

Le dossier de présentation de l'action, rédigé par le candidat et remis préalablement, constitue une base de travail pour la commission d'interrogation qui l'utilise pour préparer son interrogation et s'y réfère tout au long de l'épreuve. Ce dossier n'est pas évalué. L'épreuve se déroule en **deux phases successives** :

**Exposé** - Durée : 10 minutes maximum.

Le candidat présente son action de promotion-animation devant la commission d'interrogation ; durant cette période, il ne peut être interrompu.

**Entretien avec la commission d'interrogation** - Durée : 20 minutes maximum.

À partir de l'exposé précédent et du document de présentation remis par le candidat, la commission d'interrogation s'entretient avec celui-ci pour obtenir des précisions sur :

- le produit, la ligne de produits ou le secteur choisi,
- la démarche mise en œuvre,
- le degré d'implication,
- les choix proposés en matière de promotion-animation,
- les résultats obtenus.

La commission d'interrogation est composée de deux personnes : un professeur (ou un formateur) chargé des enseignements professionnels de spécialité et dans la mesure du possible un professionnel de la vente (à défaut un second professeur ou formateur, chargé des enseignements professionnels de spécialité).

**NOTA** : En l'absence du dossier de présentation de l'action de promotion/animation, l'interrogation ne peut avoir lieu. La commission d'interrogation informe le candidat que la note zéro est attribuée à l'épreuve. Si le dossier est incomplet, le candidat est interrogé et une note lui est attribuée.

## **2 – Contrôle en cours de formation**

Le contrôle en cours de formation comporte **deux situations d'évaluation** réalisées en centre de formation et organisées par le ou les professeurs ou formateurs chargés des enseignements professionnels de spécialité au cours de l'année terminale, dès que le candidat est en mesure de présenter son dossier :

- **Montage de l'action de promotion-animation asservi à un produit, à une ligne de produits :**

L'évaluation porte sur la méthodologie de l'action mise en œuvre. Elle porte également sur la maîtrise des compétences relatives au produit, à la ligne de produits ou au secteur d'activité. Elle consiste en une évaluation du dossier présenté. Elle est réalisée par le professeur (ou formateur) des enseignements professionnels de spécialité et le tuteur (ou maître d'apprentissage).

- **Soutenance du dossier de l'action de promotion – animation**

Le candidat présente et soutient son action de promotion/animation pendant une durée de 30 minutes maximum (exposé : 10 minutes ; entretien : 20 minutes). Sa prestation repose sur un dossier de présentation identique à celui requis pour l'épreuve ponctuelle.

Pour cette seconde situation d'évaluation, le professeur chargé des enseignements professionnels de spécialité est accompagné d'un professionnel. Les professionnels des entreprises impliquées dans les actions de promotion/animation des candidats seront prioritairement sollicités. En l'absence de professionnel, il est nécessaire de faire appel à un second professeur chargé des enseignements professionnels de spécialité.

**NOTA** : En l'absence du dossier de présentation de l'action promotion/animation, l'évaluation ne peut avoir lieu. Le candidat est informé que la note zéro lui est attribuée. Si le dossier est incomplet, le candidat est évalué et une note lui est attribuée.

À l'issue de chaque situation d'évaluation, le ou les professeurs chargés des enseignements professionnels de spécialité constitueront, pour chaque candidat, un dossier comprenant :

- le dossier de présentation de l'action de promotion-animation établi par le candidat,
- une fiche d'analyse et d'évaluation du travail effectué par le candidat.

Seule cette fiche d'analyse sera transmise au jury, accompagnée de la proposition de note. Les autres éléments du dossier décrits ci-dessus seront mis à la disposition du jury qui pourra demander à en avoir communication, et de l'autorité rectoriale pour la session considérée et jusqu'à la session suivante. Après examen attentif des documents fournis, le cas échéant, le jury formule toutes remarques et observations qu'il juge utile et arrête la note.

Une harmonisation académique de cette épreuve est programmée. Un enseignant par établissement sera invité à communiquer des exemples de fiche projet en fin de cursus de formation. Cette démarche a pour finalité de valider l'évaluation.

**► Objectif**

Cette épreuve vise à apprécier l'acquisition et la maîtrise de compétences mises en œuvre en entreprise par la pratique de la vente en unité commerciale et celle des opérations de gestion afférentes.

**► Forme de l'évaluation****1 - Ponctuelle : évaluation orale d'une durée de 30 minutes maximum**

Cette épreuve consiste en un entretien sur la pratique professionnelle de vente. Elle repose sur un dossier professionnel réalisé et présenté par le candidat.

**1.1 – Composition du dossier**

Le dossier professionnel comprend :

- **les documents permettant de vérifier la conformité à la réglementation** des périodes de formation en entreprise (attestations de stage, nature de l'entreprise d'accueil, type d'activités réalisées). Ces documents doivent être authentifiés par l'entreprise et l'établissement, accompagnés le cas échéant d'une décision rectorale de positionnement, ou doivent justifier l'activité salariée du candidat.

**Nota : Si cette conformité n'est pas constatée, l'épreuve E3 ne peut donner lieu à notation et le diplôme ne peut être délivré.**

- **Un compte rendu de 10 à 15 pages maximum**, annexes comprises, réalisé sur support papier élaboré à l'aide de l'outil informatique, de trois situations professionnelles vécues par le candidat lors des périodes de formation en entreprise ou lors de son activité professionnelle : une situation est relative à l'organisation de l'offre produits, une autre à la gestion du rayon et la dernière porte sur la vente en unité commerciale.

Le compte rendu précise pour chaque activité :

- les principales caractéristiques de l'entreprise dans laquelle elle a été effectuée,
- les conditions de réalisation,
- les outils ou matériels utilisés,
- les problèmes rencontrés, les solutions adoptées,
- les règles à tirer de l'expérience.

**1.2 – Déroulement de l'épreuve**

L'épreuve se déroule en deux phases successives :

- ❖ **Exposé** : durée : 10 minutes maximum.

Présentation par le candidat d'une situation choisie par la commission d'interrogation parmi celles présentées dans son dossier professionnel. Il doit être en mesure de démontrer qu'il maîtrise les compétences mises en œuvre lors de la réalisation de cette activité. Durant cette période, le candidat ne peut être interrompu.

- ❖ **Entretien avec la commission d'interrogation** - durée : 20 minutes maximum.

À partir de l'exposé précédent et du dossier professionnel, la commission d'interrogation s'entretient avec le candidat et vérifie le degré de maîtrise des compétences et des savoirs associés à mobiliser pour la réalisation des trois types d'activité.

Le dossier réalisé par le candidat ne fait pas l'objet d'une évaluation. Il constitue une base de travail pour la commission d'interrogation qui l'utilisera pour sélectionner la situation à proposer au candidat lors de l'exposé et pour conduire son entretien. La commission d'interrogation est composée de deux personnes : un professeur (ou formateur) des enseignements professionnels de spécialité et, dans la mesure du possible, un professionnel de la vente (à défaut deux professeurs ou formateurs des enseignements professionnels de spécialité).

Le recteur fixe la date à laquelle le candidat doit remettre le dossier professionnel en deux exemplaires au service chargé de l'organisation de l'examen.

## **2. Contrôle en Cours de Formation**

Le tuteur en entreprise (ou le maître d'apprentissage) et le professeur de spécialité (ou le formateur) de l'établissement de formation se concertent pour mettre en place trois séquences d'évaluation : la vente, l'organisation de l'offre produits, la gestion du rayon. Elles se déroulent dans le cadre des activités habituelles de l'unité commerciale.

La proposition de note finale est arrêtée conjointement par le tuteur de l'entreprise et le professeur (ou formateur) chargé des enseignements professionnels de spécialité.

La proposition de note et l'appréciation sont accompagnées d'un dossier comportant :

- les documents permettant de vérifier la conformité à la réglementation des périodes de formation en entreprise (attestations de formation en entreprise, nature de l'entreprise d'accueil, type d'activités réalisées). Ces documents doivent être authentifiés par l'entreprise et l'établissement, accompagnés le cas échéant d'une décision rectorale de positionnement, ou doivent justifier de l'activité salariée du candidat.

**Nota** : Si cette conformité n'est pas constatée, l'épreuve E3 ne peut donner lieu à notation et le diplôme ne peut être délivré.

- Les grilles d'évaluation permettant de justifier la note et l'appréciation attribuées au candidat.

Après examen des documents, le jury arrête la note et formule toute remarque et observation qu'il juge utiles.

Observation :

Dans le cadre du C.C.F. pour l'épreuve E3, il est possible de réaliser lors de la première année l'évaluation certificative d'une fiche. Cette opportunité devra nécessairement prendre appui sur la fiche d'évaluation formative.

Lors de la première année, il est en outre recommandé de développer **7 à 8 compétences** sur les 19 du cycle. Le choix des compétences devra tenir compte non seulement des offres d'activités en entreprise mais également de la progression pédagogique des enseignants.

Durant la phase d'évaluation, le formé est sous le regard attentif du professionnel ; il peut s'agir d'une période plus ou moins longue en fonction de l'activité de l'unité commerciale (par exemple, évaluation de la mise en place des produits tous les matins durant la semaine 43, évaluation de la vente tel jour de la semaine 18...). En fonction de son emploi du temps, le professeur ou formateur chargé des enseignements de spécialité programme sa visite dans le créneau imparti à l'évaluation. Tuteur et professeur se concertent ensuite pour arrêter la note attribuée à la situation.

## IV. Annexes pédagogiques

### EPREUVE E2 : Action de promotion – animation en unité commerciale

#### GRILLES D'EVALUATIONS

- ▶ Document n° 1 : Grille de l'évaluation à l'épreuve E.2. par **C.C.F.**  
« Action de promotion et animation en unité commerciale » pages 28-29
- ▶ Document n° 2 : Grille de l'évaluation à l'épreuve E.2. par **Contrôle Ponctuel**  
« Action de promotion et animation en unité commerciale » page 30

#### BOITE A OUTILS

- ▶ Document n° 3 : Aide à la négociation des A.M.P. épreuve E.2 page 31
- ▶ Document n° 4 : Indicateurs d'évaluation épreuve E2 pages 32 à 34
- ▶ Document n° 5 : Exemple d'activité lors d'une P.F.M.P. pages 35 à 37
- ▶ Document n° 6 : Préconisations pédagogiques épreuve E2 pages 38 à 42
- ▶ Document n° 7 : Pistes d'actions relatives à l'épreuve E2 page 43
- ▶ Document n° 8 : Aide à l'évaluation de l'épreuve E2 en C.C.F. page 44

### EPREUVE E3 : Vente en unité commerciale

#### GRILLES D'EVALUATIONS

- ▶ Document N° 9 : Grille de l'évaluation à l'épreuve E 3 par **C.C.F.**  
« Vente en Unité Commerciale / **Organisation de l'offre produits** » pages 45 à 46
- ▶ Document N° 10 : Grille de l'évaluation à l'épreuve E 3 par **C.C.F.**  
« Vente en Unité Commerciale / **Gestion de rayon** » pages 47 à 48
- ▶ Document N° 11 : Grille de l'évaluation à l'épreuve E 3 par **C.C.F.**  
« Vente en Unité Commerciale / **Vente** » pages 49 à 50
- ▶ Document N° 12 : Grille récapitulative de l'épreuve E 3 par **C.C.F.** page 51
- ▶ Document N° 13 : Grille de l'évaluation à l'épreuve E 3 par **Contrôle Ponctuel** pages 52 à 53

#### BOITE A OUTILS

- ▶ Document n° 14 : Aide à la négociation des A.M.P. épreuve E.3. pages 54 à 56
- ▶ Document n° 15 : Indicateurs d'évaluation épreuve E3 page 57
- ▶ Document n° 16 : Attestation de la période en milieu professionnel page 58
- ▶ Document n° 17 : Aide à l'évaluation de l'épreuve page 59
- ▶ Document n° 18 : Evaluation formative épreuve E3 pages 60 à 61

## Document n° 1 / Recto

BACCALAUREAT PROFESSIONNEL COMMERCE Epreuve E2 – Contrôle en Cours de Formation <b>ACADEMIE DE GRENOBLE</b> Action de promotion – animation en unité commerciale	Centre d'examen	Session			
Nom du candidat :	N°				
Titre de l'action :					
<b>Situation n°1 : Montage de l'action de promotion – Animation (1)</b>	T.I.	I.	S.	T.S.	
<b>Participation à l'action</b> : préparation, information clientèle, logistique mise en œuvre, réalisation, etc.					
<b>Respect des consignes et des préconisations</b>					
<b>Qualité des informations et des propositions transmises</b>					
<b>Utilisation des technologies de communication liées à l'action</b>					
<b>S.S. TOTAL I / 10</b>					<b>/ 10</b>
<b>Situation n°2 : Soutenance du dossier de promotion – animation (2)</b>	T.I.	I.	S.	T.S.	
<b>Analyse de l'offre commerciale</b> : Diagnostic, adéquation des choix avec les préconisations					
<b>Respect des règles de marchandisage liées au(x) produit(s) ou au secteur</b> : connaissance des produits, présentation, mise en place des produits					
<b>Respect de la réglementation en vigueur</b> : hygiène et sécurité liées au(x) produit(s), réglementation spécifique à la promotion - animation					
<b>Cohérence du raisonnement et justesse des résultats</b> : évaluation de l'action, résultats obtenus, retombées sur les ventes, etc.					
<b>Qualité de la communication</b>					
<b>S.S. TOTAL II / 10</b>					<b>/ 10</b>
SOIT / 20 (arrondir au ½ point supérieur)	<b>/ 20</b>				

- (1) Le dossier est la « mémoire » de l'action du candidat. Il permet au professeur (ou au formateur) des enseignements de spécialité de valider son contenu ; il devient le support de l'évaluation de l'action menée sur le terrain par le candidat, évaluation conjointe avec le tuteur (ou le maître d'apprentissage).
- (2) Le candidat soutient son dossier devant le professeur des enseignements de spécialité et un professionnel qui vérifient la capacité du candidat à exploiter les informations et à mener une réflexion professionnelle sur son action (exposé : 10 minutes – entretien : 20 minutes)

Date de la situation	Appréciations des évaluateurs	Nom des évaluateurs	Visa
N° 1		Tuteur : (ou maître d'apprentissage)  Professeur chargé des enseignements de spécialité :	
N° 2		Professionnel :  Professeur chargé des enseignements de spécialité : (ou formateur)	

## Document n° 1 / Verso

BACCALAUREAT PROFESSIONNEL COMMERCE Epreuve E2 – Contrôle en Cours de Formation <b>ACADEMIE DE GRENOBLE</b> Action de promotion – animation en unité commerciale	Centre d'examen	Session
---	-----------------	---------

### DÉFINITION DE L'ÉPREUVE E2

#### OBJECTIFS :

Cette épreuve vise à évaluer l'aptitude du candidat à participer à la mise en œuvre d'une action de promotion/animation de rayon et à mobiliser les compétences nécessaires à la mise en valeur d'un produit, d'une ligne de produits ou d'un secteur d'activité.

#### CONTENU :

Les compétences évaluées sont les suivantes :

Compétence C.1. Animer :

C.1.1. Organiser l'offre « produits » :

C.1.1.4. Mettre en place les actions de marchandisage de séduction

C.1.1.5. Favoriser l'achat d'impulsion

C.1.1.6. Proposer des modifications et/ou des améliorations

C.1.2. Participer aux opérations de promotion

C.1.3. Participer aux actions d'animation

Compétence C.2. Gérer :

C.2.3.1. Mesurer les performances d'une animation, d'une promotion

Compétence C.3. Vendre :

C.3.1.1. S'informer sur l'offre commerciale

Elles nécessitent la mobilisation des savoirs associés suivants : S.1. Mercatique ; S.2. Gestion commerciale ; S.3. Communication – vente ; S.4. Technologies de la communication appliquées à la vente.

#### FORME DE L'ÉVALUATION : Contrôle en Cours de Formation

Cette épreuve repose sur une action de promotion/animation, réalisée par le candidat au cours de sa formation en milieu professionnel ou de son activité salariée. Cette action doit être personnelle et revêtir un caractère authentique. Elle sert de base à une présentation orale faisant appel aux techniques de l'information et de la communication. Le contrôle en cours de formation comporte deux situations d'évaluation réalisées en centre de formation et organisées par le ou les professeurs ou formateurs chargés des enseignements professionnels de spécialité au cours de l'année terminale, dès que le candidat est en mesure de présenter son dossier :

#### ➔ **Montage de l'action de promotion-animation asservi à un produit, à une ligne de produits :**

L'évaluation porte sur la méthodologie de l'action mise en œuvre. Elle porte également sur la maîtrise des compétences relatives au produit, à la ligne de produits ou au secteur d'activité. Elle consiste en une évaluation du dossier présenté. Elle est réalisée par le professeur (ou formateur) des enseignements professionnels de spécialité et le tuteur (ou maître d'apprentissage).

#### ➔ **Soutenance du dossier de l'action de promotion – animation :**

Le candidat présente et soutient son action de promotion/animation pendant une durée de 30 minutes maximum (exposé : 10 minutes ; entretien : 20 minutes). Sa prestation repose sur un dossier de présentation identique à celui requis pour l'épreuve ponctuelle.

Pour cette seconde situation d'évaluation, le professeur chargé des enseignements professionnels de spécialité est accompagné d'un professionnel. Les professionnels des entreprises impliquées dans les actions de promotion/animation des candidats seront prioritairement sollicités. En l'absence de professionnel, il est nécessaire de faire appel à un second professeur chargé des enseignements professionnels de spécialité.

☞ En l'absence du dossier de présentation de l'action promotion/animation, l'évaluation ne peut avoir lieu. Le candidat est informé que la note zéro lui est attribuée. Si le dossier est incomplet, le candidat est évalué et une note lui est attribuée.

À l'issue de chaque situation d'évaluation, le ou les professeurs chargés des enseignements professionnels de spécialité constitueront, pour chaque candidat, un dossier comprenant :

\* le dossier de présentation de l'action de promotion-animation établi par le candidat,

\* une fiche d'analyse et d'évaluation du travail effectué par le candidat.

**📎 Seule cette fiche d'analyse sera transmise au jury, accompagnée de la proposition de note. Les autres éléments du dossier décrits ci-dessus seront mis à la disposition du jury qui pourra demander à en avoir communication, et de l'autorité rectoriale pour la session considérée et jusqu'à la session suivante.**

Après examen attentif des documents fournis, le cas échéant, le jury formule toutes remarques et observations qu'il juge utile et arrête la note.

**Document n° 2**

BACCALAUREAT PROFESSIONNEL COMMERCE Epreuve E2 – <b>Contrôle Ponctuel</b> – coef.4 <b>ACADEMIE DE GRENOBLE</b> Action de promotion – animation en unité commerciale	Centre d'examen	Session		
Nom du candidat :	N°			
Titre de l'action :				
	T.I.	I.	S.	T.S.
<b>Participation à l'action</b> : préparation, information clientèle, logistique mise en œuvre, réalisation...				
<b>Respect des consignes et des préconisations</b>				
<b>Qualité des informations et des propositions transmises</b>				
<b>Utilisation des technologies de communication liées à l'action</b>				
<b>Analyse de l'offre commerciale</b> : diagnostic, adéquation des choix avec les préconisations				
<b>Respect des règles de merchandising liées au(x) produit(s) ou au secteur</b> : connaissance des produits, présentation, mise en place des produits				
<b>Respect de la réglementation en vigueur</b> : hygiène et sécurité liées au(x) produit(x), réglementation spécifique à la promotion - animation				
<b>Cohérence du raisonnement et justesse des résultats</b> : évaluation de l'action, résultats obtenus, retombées sur les ventes...				
<b>Qualité de la communication</b>				
SOIT / 20 (arrondir au ½ point supérieur)	/ 20			

**A noter :**

*L'épreuve se déroule en deux phases successives :*

- a. *Exposé : 10 minutes (le candidat présente son action de promotion-animation devant la commission d'interrogation ; durant cette période, le candidat ne peut être interrompu)*
- b. *Entretien : 20 minutes (la commission d'interrogation s'appuie sur l'exposé précédent et le document de présentation remis par le candidat)*

<b>Appréciations des membres de la commission d'interrogation</b>	<b>Nom des évaluateurs</b>	<b>Visa</b>
	Professionnel :  Professeur chargé des enseignements de spécialité : (ou formateur)	

**☞ En l'absence du dossier de présentation de l'action de promotion-animation, l'interrogation ne peut avoir lieu. La commission d'interrogation informe le candidat que la note zéro est attribuée à l'épreuve. Si le dossier est incomplet, le candidat est interrogé et une note lui est attribuée.**

## E2 Action de promotion – animation en unité commerciale

Compétences terminales		Activités possibles en entreprise	Activités négociées avec l'entreprise					
C.1.1. Organiser l'offre « produits »			P1	P2	P3	P4	Observations	
C.1. ANIMER	C.1.1.4. Mettre en place les actions de marchandisage de séduction	Agencement de tout ou partie de l'espace de vente (regroupement des familles complémentaires, réalisation des aménagements nécessaires (accès, îlots...))						
	C.1.1.5. Favoriser l'achat d'impulsion	À partir des opportunités, proposition du ou des produits à mettre en avant						
		Mise en place des produits sélectionnés et justification du choix						
	C.1.1.6. Proposer des modifications et/ou des améliorations	Contrôle de l'attractivité du rayon ou de l'espace de vente						
		Suggestion d'amélioration(s)						
	C.1.2 Participer aux opérations de promotion			P1	P2	P3	P4	Observations
	C.1.2.1. Préparer une action promotionnelle	Repérage de l'opportunité, participation au choix du fournisseur, proposition de l'action à mettre en place						
	C.1.2.2. Informer la clientèle	Proposition des supports d'information pour lancer la promotion et mise en place de la logistique des actions de communication						
	C.1.2.3. Assurer la mise en œuvre d'une action promotionnelle	Exploitation du plan publi-promotionnel des fournisseurs et/ou de la centrale						
		Proposition des ressources matérielles (supports, nombre de personnes et répartition de leurs activités)						
		Coordination de la mise en place de la promotion et contrôle de l'application de la réglementation						
	C.1.2.4. Évaluer la qualité d'une action promotionnelle	Repérage des points forts et des points faibles						
Synthèse des informations et compte rendu, écrit ou oral, de l'activité et des résultats								
C.1.3. Participer aux actions d'animation			P1	P2	P3	P4	Observations	
C.1.3.1. Assurer la mise en œuvre d'une animation	Recensement des éléments constitutifs, coordination de l'installation, de l'environnement matériel et des produits							
	Planification des animations à réaliser							
C.1.3.2. Réaliser une animation	Réalisation d'une animation : construction ou utilisation de l'argumentaire, choix et application de la technique, ventes							
C.1.3.3. Évaluer la qualité d'une animation	Repérage des points forts et des points faibles							
	Synthèse des informations et compte rendu, écrit ou oral, de l'activité et des résultats							
C.2. GERER	C.2.3.1. Mesurer les performances commerciales d'une promotion, d'une animation, d'une tête de gondole et faire des propositions	Mesure des performances commerciales et réalisation de propositions						
C.3. VENDRE	C.3.1.1. Exploiter l'offre commerciale	Recherche et sélection des informations relatives aux produits à replacer dans l'offre commerciale						
		Comparaison de l'offre avec celles des concurrents de la zone de chalandise						

## BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL COMMERCE

Épreuve E2 – ACTION DE PROMOTION – ANIMATION  
EN UNITÉ COMMERCIALE

## Indicateurs d'évaluation de la situation d'évaluation n° 1

Montage de l'action de promotion - animation<sup>1</sup>

<b>Participation à l'action : <i>préparation, information de la clientèle, logistique mise en œuvre, réalisation...</i></b>	
Le candidat participe en toute autonomie aux différentes phases de l'action ; il travaille avec méthode. Les étapes de l'action de promotion ou d'animation sont préparées minutieusement.	TS
La participation active correspond aux attentes du responsable ; il fait preuve de méthodologie ; il reste des maladresses dans l'exécution des différentes étapes.	S
La participation dans les différentes phases de l'action reste trop partielle ; le candidat a besoin d'être constamment guidé pour mettre en cohérence les différentes étapes de l'action de promotion ou d'animation.	I
Le candidat est en position d'attente, d'observation ; il se contente d'exécuter les consignes reçues ; il ne parvient pas à travailler méthodiquement. Il a systématiquement besoin d'aide pour mettre en cohérence les différentes étapes de l'action de promotion ou d'animation.	TI
<b>Respect des consignes et des préconisations</b>	
Le candidat manifeste le souci constant de respecter les consignes de travail données et les préconisations du responsable et/ou de l'unité commerciale.	TS
Dans l'ensemble, consignes de travail et préconisations sont respectées.	S
Le respect des consignes de travail et des préconisations reste trop partiel ; trop de rappels à l'ordre sont effectués.	I
Le candidat ne fait aucun effort pour respecter les consignes de travail données et les préconisations du responsable et/ou de l'unité commerciale.	TI
<b>Qualité des informations et des propositions transmises</b>	
Le candidat transmet des propositions pertinentes sur l'action en cours.	TS
Le candidat informe sa hiérarchie des résultats obtenus ; il propose des améliorations.	S
Les informations transmises sur les résultats obtenus ne sont pas exploitables.	I
Le candidat informe de manière très incomplète et/ou incohérente sur les résultats obtenus.	TI
<b>Utilisation des technologies de communication liées à l'action</b>	
Le candidat maîtrise parfaitement les ressources mises à sa disposition pour l'action ; ces dernières sont toujours utilisées à bon escient.	TS
Les technologies sont maîtrisées ; le candidat ne les utilise pas toujours à bon escient.	S
Le candidat éprouve des difficultés pour maîtriser les outils ou ne les utilise pas à bon escient.	I
Le candidat ne maîtrise pas les technologies de communication.	TI

<sup>1</sup> Évaluation réalisée en entreprise par le professeur chargé des enseignements professionnels de spécialité et le tuteur ou le maître d'apprentissage ; les évaluateurs disposent du dossier du candidat et valident son contenu ; ce dossier est le support de l'évaluation de l'action menée sur le terrain par le candidat.

Document n° 4 (suite)

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL COMMERCE

Épreuve E2 – ACTION DE PROMOTION - ANIMATION  
EN UNITÉ COMMERCIALE

Indicateurs d'évaluation de la situation d'évaluation n° 2

Soutenance du dossier de l'action de promotion – animation <sup>2</sup>

<b>Analyse de l'offre commerciale : <i>diagnostic, adéquation des choix avec les préconisations</i></b>	
Le candidat analyse de manière complète et pertinente l'offre commerciale, y compris par rapport à celle de la concurrence. Les suggestions avancées améliorent l'impact visuel de la présentation. Les supports de promotion ou d'animation proposés, en cohérence avec l'action, sont justifiés et sont pertinents. Les moments de l'action (ventes flash par exemple) sont judicieusement déterminés.	TS
L'analyse de l'offre commerciale est correcte mais les propositions ou suggestions avancées ne sont pas approfondies.	S
L'analyse de l'offre commerciale et les propositions avancées par le candidat sont incomplètes et/ou insuffisantes ; elles ne sont pas justifiées.	I
Le candidat ne parvient, ni à analyser l'offre commerciale, ni à faire des propositions judicieuses, tant en terme de produits à promouvoir qu'en terme de choix du moment de l'action de promotion ou d'animation.	TI
<b>Respect des règles de marchandisage liées au(x) produit(s) : <i>connaissance des produits, présentation, mise en place des produits</i></b>	
Le candidat respecte les règles de marchandisage. Il tient compte de la politique de l'unité commerciale. Il a le souci de l'attractivité de l'offre produits.	TS
Le candidat respecte les règles de marchandisage.	S
Le candidat respecte partiellement les règles de marchandisage.	I
Le candidat ne respecte pas les règles de marchandisage spécifiques au(x) produit(s).	TI
<b>Respect de la réglementation en vigueur : <i>hygiène et sécurité liées au(x) produit(s), réglementation spécifique à la promotion - animation</i></b>	
Le candidat applique et fait appliquer la réglementation, qu'elle concerne les produits où qu'elle soit spécifique à la promotion et/ou à l'animation.	TS
Le candidat applique strictement la réglementation.	S
Le candidat applique partiellement la réglementation.	I
Le candidat ne tient pas compte du cadre réglementaire.	TI

<sup>2</sup> Évaluation réalisée en centre de formation, par le professeur chargé des enseignements professionnels de spécialité et un professionnel, à défaut un second professeur chargé des enseignements professionnels de spécialité ; les évaluateurs disposent du dossier du candidat ; ils vérifient la capacité du candidat à exploiter les informations et à mener une réflexion professionnelle sur son action.

## Document n° 4 (suite et fin)

<b>Cohérence du raisonnement et justesse des résultats : évaluation de l'action, résultats obtenus, retombées sur les ventes...</b>	
Le candidat développe un raisonnement cohérent. Les calculs sont justes. La performance commerciale est évaluée correctement. Des propositions sont réalisées.	TS
Le raisonnement tenu est correct. Les calculs sont justes.	S
Trop d'erreurs entachent les résultats.	I
Le raisonnement tenu pour évaluer la performance commerciale d'une action de promotion ou d'animation est incorrect.	TI
<b>Qualité de la communication</b>	
La communication du candidat correspond aux exigences professionnelles ; le candidat utilise des supports variés, adaptés et bien explicités.	TS
La communication est claire ; les supports sont adaptés.	S
Le candidat communique maladroitement ; les supports sont insuffisants et/ou peu adaptés.	I
Le candidat communique maladroitement ; il n'utilise aucun support durant sa prestation.	TI

## Exemple d'activité lors d'une P.F.M.P.

PERIODE DE FORMATION EN ENTREPRISE DU ..... AU .....

① **Fiche signalétique du point de vente** (à chaque changement du point de vente) → *Annexe 1*

② **Description d'une opération d'approvisionnement ou de réassortiment du point de vente** (de la détection du besoin à la réception et au contrôle des marchandises).

③ **Réglementation en vigueur dans le point de vente en matière d'hygiène et de sécurité par rapport au personnel et aux clients :**

- Se renseigner sur les accidents ayant déjà eu lieu dans le point de vente et les mesures mises en place pour qu'ils ne se reproduisent pas ;
- Repérer en magasin les dangers éventuels pour le personnel et les clients ainsi que les mesures mises en place ;
- Prendre connaissance des règles d'hygiène et de sécurité existantes → se procurer, à cette fin, le règlement intérieur, le livret d'accueil des nouveaux salariés, les contraintes de sécurité propres à l'entreprise...

④ **Organisation de l'offre des produits :**

- Décrire et analyser les points suivants :
  - Le mobilier et/ou les supports de présentation ;
  - L'implantation des produits (techniques, critères) ;
  - Les facteurs d'ambiance ;
  - La signalétique ILV – PLV.
- Réaliser le plan du point de vente (réserve comprise) avec le sens de circulation.

⑤ **Opération animation et/ou promotion :**

- Observer une opération d'animation et/ou promotion et communiquer :
  - L'objectif ;
  - La méthode et la démarche utilisées ;
  - Les techniques de communication ;
  - Le bilan.
- Présenter succinctement le projet d'animation que vous envisagez pour l'an prochain → *Annexe 2*

NB : penser à recueillir les documents (ex : préconisations du siège, affiches, prospectus, catalogues...)

Ce **dossier**, composé de 15 pages maximum (annexes comprises), présenté à l'aide de l'outil informatique, devra être soigné, sans faute, agréable à consulter. Il sera noté. Il est fortement recommandé d'illustrer votre travail par des photos.

**Date de remise des dossiers :** ..... **A l'attention de M.** .....

## EXEMPLE DE FICHE SIGNALÉTIQUE DU POINT DE VENTE

NOM de l'élève :		Date :
Classe :		
<b>1 - Identification de l'entreprise</b>		
Entreprise individuelle : OUI / NON *	Nom :	
	Adresse :	
Entreprise sociétaire : OUI / NON *	Dénomination sociale :	
	Adresse :	
	Forme juridique : SA – SARL – EURL *	
	Autre forme (préciser) :	
	Capital :	
N° d'identification (RCS...) :		
Nom du responsable :		N° téléphone :
N° télécopie :		Adresse Internet :
Dimension de la surface de vente :		Dimension de la réserve :
Effectif total :		Emplois (et nombre de personnes) :
<b>2 – Situation dans l'appareil commercial</b>		
* - Magasin de détail - Centrale d'achat - Grossiste	Activité(s) principale(s) :	Profil type clients :
Forme de commerce : Indépendant – Intégré – Associé *		
<b>3 – Situation sur le marché</b>		
Zone de chalandise Concurrence dans la zone primaire (noms) :	-	
	-	
	-	
	-	
	-	
<b>4 – Politique commerciale</b>		
- Politique de produits : - Familles de produits vendus : - Marques commercialisées : - Type d'assortiment :		
Politique de prix :		
- Niveau de gamme :		
Politique de communication :		
- Publicité :		
- Promotions :		
Equipement informatique :	Activités informatisées :	
Services proposés :		

\* Soulignez la mention correspondant à votre réponse

## PROJET D'ACTION DE PROMOTION - ANIMATION EN UNITE COMMERCIALE

NOM de l'élève :

Date :

Classe :

**Date prévisionnelle de l'action :**

**Thème de l'action envisagée :**

**Description de l'action :**

QUI ? (seul ou en collaboration)

OÙ ? (rayon, emplacement dans le magasin, extérieur)

QUOI ? (décrivez l'action en quelques lignes)

COMMENT ? (Listez les moyens humains et/ou financiers et matériels pour mettre en œuvre l'action, la préparer et la réalisation)

<b>PRECONISATIONS PEDAGOGIQUES EPREUVE E2</b>
---

**I. Les critères de recevabilité de l'action**

L'action de promotion - animation n'est pas forcément à l'initiative du candidat ; il doit cependant être en mesure d'expliquer et de justifier l'ensemble des tâches réalisées en amont et en aval qu'elles soient faites ou non en autonomie.

Le dossier permettra de mesurer son **IMPLICATION** et son **INTEGRATION** tout au long de l'action choisie. Le candidat doit donc être en mesure d'expliquer ce qui se passe **AVANT, PENDANT et APRES** l'action de promotion - animation.

Il s'appuie **OBLIGATOIREMENT** sur un événement porteur, une action précise.

Il convient donc de bien dissocier **MOYENS** (vitrine, TG...) et **ACTION** elle-même.

Ce qui est acceptable...	Ce qui n'est pas acceptable...
<p>journée portes ouvertes</p> <p>dégustation ou démonstration de produits</p> <p>soldes sur une famille ou une ligne de produits</p> <p>promotion ou animation autour d'un nouveau produit (échantillonnage, jeu-concours, primes...)</p> <p>promotion ou animation autour d'un produit en phase de maturité (réduction de prix...)</p> <p>mise en place d'un podium ou d'un rayon saisonnier</p> <p>implantation d'un nouveau produit ou d'une nouvelle ligne de produits (avec mise en avant obligatoire)</p> <p>organisation de journées ou périodes à thème (nouvel an chinois, fête des mères, Pâques, Saint-Valentin, la foire aux vins...)</p> <p>organisation d'actions liées à l'activité du magasin (anniversaire, opération spécifique comme « le mois Carrefour »)</p>	<p>description d'une simple vitrine ou d'une simple TG (ce ne sont que des <b>OUTILS</b> servant à la mise en place de l'action choisie)</p> <p>réimplantation classique d'un rayon (sans l'implantation d'un nouveau produit)</p> <p>les soldes sur l'ensemble du magasin (l'action doit être précise et porter sur une seule famille de produits)</p>

**II. Le contenu du dossier****A. Présentation de l'action**

Contenu	Supports
<p>Le titre de l'action</p> <p><b>Les principales caractéristiques de l'entreprise (possibilité de se baser sur une fiche signalétique)</b></p> <p>La situation professionnelle à l'origine de l'action : le ou les événement(s) déclencheur(s), le ou les produits à promouvoir, le rayon concerné.</p>	<p>Photos</p> <p>Diaporama</p> <p>Plan de la zone de chalandise</p> <p>Plan du magasin</p> <p>Organigramme</p>

**B – Partie technique relative au produit ou à la ligne de produits**

Contenu	Supports
<p>La fiche produit (développer en particulier les caractéristiques et éventuellement faire un argumentaire si cela présente un intérêt pour le déroulement et la description de l'action)</p>	<p>Photos</p> <p>Documents entreprise</p> <p>Diaporama</p>

**C – La stratégie d'animation - promotion proposée**

## Document n° 6 (suite)

Contenu	Supports
Les objectifs	Planning  Calendrier publi-promotionnel Plan, photos du rayon Voir cours  Voir cours
La cible	
La durée de l'action et sa planification	
Le choix de l'action : dans le temps (par rapport aux autres actions du magasin et à la concurrence) dans l'espace (emplacement dans le magasin)	
La description des techniques promotionnelles mises en œuvre (réduction de prix, vente par lots, échantillon, dégustation, parrainage...)	
Le cadre réglementaire et les règles d'hygiène et de sécurité (si en relation avec l'action).	

### D – La démarche suivie pour monter l'action et le degré d'implication du candidat

#### 1) Préparation de l'action

Cette partie est celle qui demandera sans doute le plus la coopération du tuteur, l'élève n'ayant peut-être pas pu prendre part à toute la préparation en amont de l'action avant son arrivée en stage.

Contenu	Supports
<b>La recherche et choix des fournisseurs, négociation des prix (ristournes éventuelles, calcul du taux de marque, de la marge...), demande de supports techniques et humains (animateur, PLV événementielle...)</b>	Offres fournisseurs, Devis, Courriers...
Le choix des produits et préparation des commandes	Planning des commandes Bons de livraison, Factures
Le choix du mobilier, de la signalétique et des facteurs d'ambiance	Photos du mobilier...
Le choix et préparation des supports d'information clientèle	Photos des bandeaux, des présentoirs, de l'ILV/PLV... Exemple de catalogues, prospectus, annonce radio ou presse, affichage, publipostage...
L'organisation du personnel	Planning de présence, tenue vestimentaire

#### 2) Mise en place de l'action

Contenus	Supports
L'installation du mobilier	Photos
L'installation des produits	Plan de masse, schéma Photos des TG, des vitrines, des podiums...
L'installation de la signalétique et des facteurs d'ambiance ( théâtralisation de l'offre )	Photos

## Document n° 6 (suite)

### 3) Déroulement de l'action

Contenu	Connaissances à mobiliser
La description de l'action du stagiaire, des autres vendeurs et/ou de l'animateur (description éventuelle d'une vente, du réassort des produits...) pendant tout le déroulement de l'action.	Accueil, argumentation...

### 4) Mesure du degré d'implication du stagiaire :

Le candidat conclura son dossier en faisant le bilan de ses activités tout au long de l'action d'animation - promotion.

Activités mises en place par le magasin	Mon action/ Mes tâches	Conditions de réalisation	Outils utilisés	Objectifs assignés au stagiaire
Lister les activités avant et pendant l'animation - promotion	Pour chaque activité, rôle et tâche de l'élève	En autonomie, en double commandes...	Logiciels, Matériels...	Description (contenu, temps de réalisation imposé...) et degré d'atteinte

## III. La présentation du dossier à l'oral

Proposition d'éléments supplémentaires pour la soutenance :

Contenus	Supports et connaissances à mobiliser
Le coût de l'action	Seuil de rentabilité
La gestion des invendus	Historique des ventes
L'analyse des résultats (CA, quantités vendues, marges, nombre de clients, taux de rotation, capacité de stockage...); échec ou réussite ? (comparaison prévisionnel/réalisé, mesure des écarts)	Tableau de bord Cadencier Réactions de la clientèle
<b>Situation de l'action dans le cadre de la politique commerciale du magasin (importance de cette action par rapport aux autres promotions de l'année et par rapport aux années précédentes)</b>	Tableau comparatif des actions

## IV. L'évaluation en C.C.F.

### A. Première situation d'évaluation : montage de l'action d'animation -promotion :

#### Rappel des critères d'évaluation :

- ✓ Participation à l'action : *préparation, information clientèle, logistique mise en œuvre, réalisation...*
- ✓ Respect des consignes et des préconisations
- ✓ Qualité des informations et des propositions transmises
- ✓ Utilisation des technologies de communication liées à l'action.
- ✓ Le dossier ne sert donc qu'à évaluer l'implication et le travail du candidat et non pas les retombées de l'animation - promotion.

L'évaluation portera donc sur :

- ✓ la capacité du candidat à restituer l'information
- ✓ la précision du vocabulaire professionnel employé,
- ✓ la qualité de la description :
  - pertinente,
  - la plus complète et détaillée possible
  - illustrée par tous les supports nécessaires à sa compréhension.

**L'évaluation ne porte donc NI sur la JUSTIFICATION, NI sur l'ANALYSE par le candidat.**

**En conclusion :**

Le dossier vise à **DECRIRE** et à **ÉVALUER** la démarche, La **soutenance** de celui-ci à la **JUSTIFIER**.

**B. Deuxième situation d'évaluation : soutenance du dossier de promotion-animation :**

Rappel des critères d'évaluation :

- ✓ Analyse de l'offre commerciale : *diagnostic, adéquation des choix avec les préconisations.*
- ✓ Respect des règles de marchandisage liées au(x) produit(s) ou au secteur : connaissance des produits, présentation, mise en place des produits.
- ✓ Respect de la réglementation en vigueur : *hygiène et sécurité liées au(x) produit(s), réglementation spécifique à la promotion - animation.*
- ✓ Qualité de la communication.
- ✓ Cohérence du raisonnement et justesse des résultats : *évaluation de l'action, résultats obtenus, retombées sur les ventes...*

Ce dernier critère permet donc de justifier le fait que la partie « résultats de l'action de promotion - animation » est présentée uniquement à l'oral et ne figure pas dans le dossier ; les documents relatifs aux résultats seront donc préparés par le candidat uniquement en vue de la soutenance.

Le candidat devra alors être en mesure d'apporter tous les documents nécessaires à la justification et à la présentation des résultats.

Le candidat devra être en mesure de justifier son action et de répondre aux questions d'analyse du jury. La préparation pour cette épreuve est donc importante. Le dossier n'est qu'une étape.

A souligner également qu'il faudra veiller à **utiliser les TICE** pour la présentation orale (diaporama...)

L'épreuve se déroule en **deux phases successives** :

- ✓ **Exposé** - Durée : 10 minutes maximum.

Le candidat présente son action de promotion-animation devant la commission d'interrogation ; durant cette période, il ne peut être interrompu.

- ✓ **Entretien avec la commission d'interrogation** - Durée : 20 minutes maximum.

À partir de l'exposé précédent et du document de présentation remis par le candidat, la commission d'interrogation s'entretient avec celui-ci pour obtenir des précisions sur :

- le produit, la ligne de produits ou le secteur choisi,
- la démarche mise en œuvre,
- le degré d'implication,
- les choix proposés en matière de promotion-animation,
- les résultats obtenus.

**V. EVALUATION EN PONCTUEL**

***(Candidats de la voie scolaire dans un établissement privé hors contrat, d'un CFA ou d'une section d'apprentissage non habilité, de la formation professionnelle continue dans un établissement privé, du CNED, candidats justifiant de trois années d'activité professionnelle).***

**C. Evaluation de la soutenance : modalités pédagogiques et organisationnelles**

Soutenance orale du dossier (modalités identiques à l'évaluation en CCF : épreuve : 30 mns dont exposé : 10 minutes, entretien 20 mns)

Le dossier de présentation de l'action, rédigé par le candidat et remis préalablement, constitue une base de travail pour la commission d'interrogation qui l'utilise pour préparer son interrogation et s'y réfère tout au long de l'épreuve.

**Ce dossier n'est pas évalué et sert uniquement de support à l'épreuve.**

**VI. TRAITEMENT DES DOSSIERS SUPPORTS DE L'EPREUVE :**

1) Dossiers absents

Les dossiers manquants (non remis à la date fixée par le Recteur) sont identifiés par le secrétariat du centre d'examen. Le candidat est normalement convoqué mais n'est pas interrogé. Les membres de la commission informent le candidat de la décision prise. La note zéro lui est attribuée.

## Document n° 6 (suite et fin)

Le candidat qui remet son dossier au moment où il subit l'épreuve ne peut être interrogé. En effet, les membres de la commission d'interrogation n'ont pu préparer leur questionnement faute d'avoir pu prendre connaissance du dossier dans le temps imparti à cet effet. La note zéro lui est attribuée. Si le dossier est incomplet, le candidat est interrogé et une note lui est attribuée. *Rappel : en aucun cas le dossier lui-même n'est évalué.*

### 2) Documentation supplémentaire

Les documents commerciaux et les supports professionnels que le candidat a jugé nécessaire d'utiliser pour étayer visuellement certains éléments photocopiés de son dossier, comme le dossier, ne sont pas évalués.

## **VII. PREPARATION DES INTERROGATIONS PAR LE CHEF DE CENTRE :**

Le responsable du centre d'interrogation veille à :

- ✓ Demander aux établissements de formation les listes de professionnels susceptibles de participer aux commissions d'interrogation avec leurs disponibilités, de préférence par journée entière ;
- ✓ Fixer avec les professionnels retenus, le calendrier de leur participation et leur confirmer les dates au moins un mois à l'avance ;
- ✓ Prévoir des salles d'interrogation équipées des matériels permettant aux candidats d'utiliser si besoin est, les outils multimédias,
- ✓ Vérifier que chaque commission est bien composée d'un professeur (ou un formateur) chargé des enseignements professionnels de spécialité et d'un professionnel de la vente (à défaut, un second professeur chargé des enseignements professionnels de spécialité)
- ✓ Vérifier qu'un professeur est bien convoqué en surnombre afin de suppléer l'impossibilité pour un membre d'une commission d'être présent le jour de l'épreuve ;
- ✓ Mettre à disposition des commissions d'interrogation les dossiers des candidats .
- ✓ Prévoir une plage horaire pour permettre aux commissions de lire les dossiers des candidats et de préparer les interrogations (au début de chaque demi journée) ;
- ✓ Prévoir un temps d'harmonisation entre les différentes commissions d'interrogation, en début de journée (prise en main des grilles d'évaluation et harmonisation des interrogations) et en fin de journée (concertation pour harmonisation des évaluations).

### **Exemple d'organisation possible : 6 candidats par jour et par commission**

<i>De 08 h 00 à 10 h 00</i>	<i>- information des professionnels (prise en main de l'évaluation) - lecture de 3 dossiers, préparation des interrogations</i>
<i>De 10 h 00 à 12 h 00</i>	<i>- interrogation de 3 candidats - concertation sur les interrogations de la matinée</i>
<i>De 13 h30 à 15 h 00</i>	<i>- lecture de 3 dossiers, préparation des interrogations</i>
<i>De 15 h 00 à 16 h 30</i>	<i>- interrogation de 3 candidats</i>
<i>De 16 h 30 à 17h 30</i>	<i>- concertation et harmonisation des évaluations de la journée entre tous les membres des différentes commissions</i>

### Interrogation des candidats :

Chaque commission d'interrogation doit :

- ✓ Prendre connaissance des dossiers des candidats et préparer les questions à poser lors de l'entretien ;
- ✓ Accueillir courtoisement le candidat et lui rappeler le déroulement de l'épreuve ;
- ✓ Veiller à respecter les temps d'exposé (10 minutes maximum durant lesquelles le candidat ne peut être interrompu) et d'entretien (20 minutes maximum qui portent sur l'exposé et le dossier) ;
- ✓ Eviter tout commentaire ou toute appréciation sur le dossier ou la prestation en présence du candidat .
- ✓ Utiliser la grille annexe III et le guide d'évaluation pour évaluer et noter la prestation du candidat.

## PISTES D' ACTIONS RELATIVES A L'ÉPREUVE E2

En fonction de la structure de l'entreprise et du domaine d'activité concerné, voici quelques idées :

### ❶ Thématique événementielle

- ✓ **Fêtes traditionnelles** : Chandeleur, Carnaval, Saint-Valentin, Pâques, Fête des Mères, Fête des Pères, Fête des grand-mères, Halloween, Toussaint, Noël...
- ✓ **Fêtes moins courantes** : Saint - Patrick, Sainte-Catherine...
- ✓ **Calendrier** : rentrée scolaire, vacances, sport d'hiver, ouverture de la pêche, ouverture de la chasse, saisons...
- ✓ **Opérations commerciales classiques** : solde, le blanc...
- ✓ **Spectacles et festivals** : fête et festivals du cinéma, de la musique, festivals,
- ✓ **Compétitions sportives** : Jeux olympiques ou championnats et tournois suivant l'actualité nationale ou régionale.
- ✓ **Actualité sociale et économique** : l'Europe

### ❷ Actions possibles avec l'Association des Commerçants (démarche collective)

- ✓ Participation à un salon (Mariage, Loisirs créatifs, 4 jours du Mans...)
- ✓ Création de vitrines à thème (définies avec l'association)
- ✓ Défilé de mode
- ✓ Participation à une quinzaine commerciale, une braderie, au marché de Noël
- ✓ Participation à la mise en valeur de produits locaux
- ✓ Organisation de jeux ou concours
- ✓ Contribution au développement du tourisme de la région

### ❸ Actions spécifiques à l'unité commerciale

- ✓ Anniversaire du magasin (publipostage, organisation d'une soirée privée.)
- ✓ Anniversaire de l'enseigne (30 ans de Super U) : actions spécifiques dans chaque rayon (promotions par les prix, animations, dégustation, jeux concours...)
- ✓ Sortie d'un catalogue (grande distribution, chaque semaine) : mise en place des produits du catalogue avec animation
- ✓ Animations de Noël : concours de dessins ou de poèmes, venue du Père Noël, clowns, loterie, peluche ambulante, distribution de confiseries, de marrons chauds, lecture de contes, jongleurs, musiciens...
- ✓ Organisation d'un publipostage
- ✓ Création d'un prospectus
- ✓ Réalisation d'une vitrine, d'un podium, d'une décoration
- ✓ Réorganisation de la surface de vente
- ✓ Réimplantation d'un rayon
- ✓ Création d'une signalétique directionnelle, informative, promotionnelle et événementielle
- ✓ Organisation d'une enquête de satisfaction
- ✓ Réalisation puis animation d'un stand sur le thème du commerce équitable, avec dégustation de café
- ✓ Concours de dessins, organisé dans une boutique de vêtements d'enfants au moment de Noël.
- ✓ .....

Lancement d'un produit nouveau : implantation, mise en valeur, animation

- ✓ Mise en valeur de produits : écoulement d'un stock d'articles
- ✓ Animation autour d'une nouvelle collection

Document n° 8

**AIDE A L'EVALUATION DE L'EPREUVE E2 EN C.C.F.**  
**COMMENT ANTICIPER, PLANIFIER ET INDIVIDUALISER LA CERTIFICATION ?**

Actions	Professeur de spécialité	Elève	Tuteur
<b>Anticiper</b>	<p><b>0</b> Présenter l'épreuve E2 aux élèves pendant le cours ANIMER</p> <p><b>1</b> Créer un support de négociation pour les élèves →</p> <p><b>4</b> Valider l'idée de l'action de promotion -animation</p>	<p><b>2</b> Choisir une idée de thème adaptée à l'action de promotion -animation dans l'unité commerciale</p> <p>↓</p> <p><b>3</b> Négocier, avec le tuteur, l'action de promotion -animation</p> <p>← →</p>	<p><b>5</b> Valider l'idée de l'action de promotion -animation</p>
<b>Planifier</b>	<p><b>6</b> Créer un échéancier des étapes :            ➤ du montage de l'action promotion-animation            ➤ des oraux (préparatoires et certificatifs)</p> <p><b>7</b> Préparer les élèves à la rédaction et à la soutenance du dossier →</p>	<p><b>8</b> Planifier l'action de promotion -animation en fonction du planning et des contraintes de l'unité commerciale</p> <p>→</p>	<p><b>9</b> Etablir avec l'élève le planning des différentes activités et le contrôler.</p>
<b>Individualiser</b>	<p><b>13</b> Contrôler le dossier dès que le candidat est en mesure de le présenter</p> <p><b>15</b> Evaluer le candidat lors de la soutenance du dossier au lycée conjointement avec un autre tuteur ou un professeur de spécialité</p>	<p><b>11</b> Informer le professeur et le tuteur des différentes démarches</p> <p>└→</p> <p>←</p> <p>→</p> <p>←</p>	<p><b>10</b> Fournir les informations et le matériel nécessaires à l'action de promotion -animation</p> <p>←</p> <p><b>12</b> Soutenir l'élève dans ses démarches</p> <p><b>14</b> Evaluer le dossier écrit (montage de l'action) conjointement avec le professeur, sur le lieu de formation</p>

**BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL COMMERCE**  
**SITUATION D'ÉVALUATION**  
**ORGANISATION DE L'OFFRE « PRODUITS »**  
**ÉPREUVE E3 : VENTE EN UNITÉ COMMERCIALE**  
**- Contrôle en cours de formation -**

<b>Nom et prénom du candidat</b>	
<b>Établissement de formation</b>	
<b>Entreprise d'accueil</b>	
<b>Période d'accueil</b>	Du ..... au .....

<b>Négociation de la situation d'évaluation</b>	
<b>Conditions de réalisation</b>	<i>Remplir cette partie en utilisant tout ou partie des éléments notés ci-contre ↓</i>
<b>Date de l'évaluation</b>	<i>Indiquer la date prévue pour l'évaluation du candidat (jour, ensemble de jours...)</i>
<b>Cadre :</b> ☞ Unité commerciale repérée (magasin ou espace de vente limité à la zone de responsabilité) ☞ Contexte professionnel d'un secteur donné ☞ Situation réelle, reconstituée ou simulée ☞ Environnement juridique réglementaire	<i>Décrire succinctement la situation proposée :</i>
<b>Éléments et outils mis à disposition :</b> ☞ Produits ☞ Éléments constitutifs des facteurs d'ambiance ☞ Éléments d'ILV ou de PLV ☞ Mobiliers et/ou supports de présentation	<i>Indiquer les éléments et outils mis à disposition :</i>
<b>Sources d'information :</b> ☞ Plan de l'espace de vente ☞ Consignes ou directives ☞ Réglementation en vigueur en hygiène et sécurité ☞ Normes	<i>Indiquer les sources données au candidat :</i>
<b>Situation d'évaluation négociée le</b>	
<b>Entre le professeur ou formateur</b>	M <input type="checkbox"/> Mme <input type="checkbox"/> Mlle <input type="checkbox"/>
<b>Et le tuteur ou le maître d'apprentissage</b>	M <input type="checkbox"/> Mme <input type="checkbox"/> Mlle <input type="checkbox"/>

**ORGANISATION DE L'OFFRE « PRODUITS »**

DATE DE LA SITUATION :

SITUATION D'ÉVALUATION N°  1  2  3

COMPETENCES PROFESSIONNELLES	CRITERES D'ÉVALUATION	T.I.	I.	S.	T.S.
<b>ORGANISER L'OFFRE PRODUITS</b>  ✓ Mettre en place les facteurs d'ambiance  ✓ Installer la signalétique  ✓ Maintenir l'attractivité de tout ou partie de l'espace de vente	<b>Organisation de l'offre « produits »</b> en adéquation avec la politique de l'unité commerciale				
	- Facteurs d'ambiance				
	- Signalétique				
	- Attractivité de la zone en responsabilité				
	<b>Application des règles d'hygiène et de sécurité</b> liées au personnel, aux clients, aux produits, aux équipements, aux locaux				
	<b>Pertinence des diagnostics</b> , des propositions ou des suggestions et <b>fiabilité des informations transmises</b>				

Appréciations des évaluateurs :

Fonction des évaluateurs	Noms des évaluateurs	Signature
Tuteur <input type="checkbox"/> Maître d'apprentissage <input type="checkbox"/>  Professeur <input type="checkbox"/> Formateur chargé des enseignements de spécialité <input type="checkbox"/>	.....  .....	

<b>Note / 20</b>	
------------------	--

**BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL COMMERCE**  
**SITUATION D'ÉVALUATION**  
**« GESTION DU RAYON »**  
**ÉPREUVE E3 : VENTE EN UNITÉ COMMERCIALE**  
**- Contrôle en cours de formation -**

<b>Nom et prénom du candidat</b>	
<b>Établissement de formation</b>	
<b>Entreprise d'accueil</b>	
<b>Période d'accueil</b>	Du ..... au .....
<b>Négociation de la situation d'évaluation</b>	
<b>Conditions de réalisation</b>	<i>Remplir cette partie en utilisant tout ou partie des éléments notés ci-contre ↓</i>
<b>Date de l'évaluation</b>	<i>Indiquer la date prévue pour l'évaluation du candidat (jour, ensemble de jours...)</i>
<b>Cadre :</b> ☞ Unité commerciale repérée (magasin ou espace de vente limité à la zone de responsabilité) ☞ Contexte professionnel d'un secteur donné ☞ Situation réelle, reconstituée ou simulée ☞ Environnement juridique réglementaire	<i>Décrire succinctement la situation proposée :</i>
<b>Éléments et outils mis à disposition :</b> ☞ Produits ☞ Fichiers « fournisseurs » et « produits » ☞ Outils informatiques, système de communication ☞ Outils d'aide à la décision (EDI) ☞ Appel d'offres, états des stocks, cadencier... ☞ Équipements	<i>Indiquer les éléments et outils mis à disposition :</i>
<b>Sources d'information :</b> ☞ Recommandations liées à la politique commerciale ☞ Documentation professionnelle ☞ États de stock, bons de commande, de livraison... ☞ Consignes ou directives ☞ Réglementation (réception, livraison, sécurité, hygiène) ☞ Plan d'organisation de la réserve ☞ Document unique, documents techniques (équipements) ☞ Règlement intérieur, contraintes liées à la sécurité	<i>Indiquer les sources données au candidat :</i>
<b>Situation d'évaluation négociée le</b>	
<b>Entre le professeur ou formateur</b>	M <input type="checkbox"/> Mme <input type="checkbox"/> Mlle <input type="checkbox"/>
<b>Et le tuteur ou le maître d'apprentissage</b>	M <input type="checkbox"/> Mme <input type="checkbox"/> Mlle <input type="checkbox"/>

## GESTION DU RAYON

DATE DE LA SITUATION :

SITUATION D'ÉVALUATION N°  1  2  3

COMPETENCES PROFESSIONNELLES	CRITERES D'ÉVALUATION	T.I.	I.	S.	T.S.
<p><b>APPROVISIONNER ET RÉASSORTIR</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Participer à l'approvisionnement</li> <li>✓ Réaliser le réassortiment</li> <li>✓ Préparer la commande</li> <li>✓ Réceptionner les produits</li> <li>✓ Effectuer les opérations de contrôle</li> </ul> <p><b>PARTICIPER À LA GESTION ET À LA PRÉVENTION DES RISQUES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Appliquer les règles d'hygiène et de sécurité liées au personnel et aux clients</li> <li>▶ Appliquer les règles d'hygiène et de sécurité liées aux produits, aux équipements et aux locaux</li> </ul>	<p><b>Respect des consignes et procédures liées :</b></p>				
	- à la réception				
	- au réassortiment				
	- à l'approvisionnement				
	<p><b>Application des règles d'hygiène et de sécurité</b> liées au personnel, aux clients, aux produits, aux équipements, aux locaux</p>				
<p><b>Pertinence des diagnostics, des propositions ou des suggestions et fiabilité des informations transmises</b></p>					

Appréciations des évaluateurs :

Fonction des évaluateurs	Noms des évaluateurs	Signature
Tuteur <input type="checkbox"/> Maître d'apprentissage <input type="checkbox"/>  Professeur <input type="checkbox"/> Formateur chargé des enseignements de spécialité <input type="checkbox"/>	..... .....	

<b>Note / 20</b>	
------------------	--

**BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL COMMERCE  
SITUATION D'ÉVALUATION**

**« VENTE »**

**ÉPREUVE E3 : VENTE EN UNITÉ COMMERCIALE**

**- Contrôle en cours de formation -**

<b>Nom et prénom du candidat</b>	
<b>Établissement de formation</b>	
<b>Entreprise d'accueil</b>	
<b>Période d'accueil</b>	Du ..... au .....
<b>Négociation de la situation d'évaluation</b>	
<b>Conditions de réalisation</b>	<i>Remplir cette partie en utilisant tout ou partie des éléments notés ci-contre ↓</i>
<b>Date de l'évaluation</b>	<b>Indiquer la date prévue pour l'évaluation du candidat (jour, ensemble de jours...)</b>
<b>Cadre :</b> ☞ Unité commerciale repérée (magasin ou espace de vente limité à la zone de responsabilité) ☞ Contexte professionnel d'un secteur donné ☞ Situation de vente avec un client ☞ Mise en situation réelle ou simulée	<b>Décrire succinctement la situation proposée :</b>
<b>Outils mis à disposition :</b> ☞ Outils d'aide à la vente ☞ Matériels de démonstration (le cas échéant)	<b>Indiquer les outils mis à disposition :</b>
<b>Sources d'information :</b> ☞ Informations relatives à la zone de chalandise ☞ Profils clients ☞ Conditions générales de vente ☞ Tarifs ☞ Relevés de prix ☞ Documentation « produits » ☞ Règles d'hygiène et de sécurité	<b>Indiquer les sources données au candidat :</b>
<b>Situation d'évaluation négociée le</b>	
<b>Entre le professeur ou formateur</b>	M <input type="checkbox"/> Mme <input type="checkbox"/> Mlle <input type="checkbox"/>
<b>Et le tuteur ou le maître d'apprentissage</b>	M <input type="checkbox"/> Mme <input type="checkbox"/> Mlle <input type="checkbox"/>

**SITUATION D'ÉVALUATION EN « VENTE »**

DATE DE LA SITUATION :

SITUATION D'ÉVALUATION N°  1  2  3

COMPETENCES PROFESSIONNELLES	CRITERES D'ÉVALUATION	T.I.	I.	S.	T.S.
<b>PRÉPARER LA VENTE DE PRODUITS</b>  <b>RÉALISER LA VENTE DE PRODUITS</b>  ✓ Effectuer la découverte du client  ✓ Présenter le produit au client  ✓ Argumenter et conseiller  ✓ Conclure la vente  ✓ Conclure l'entretien de vente  ✓ Traiter les réclamations	<b>Qualification de la clientèle de la zone de chalandise</b> : profils et besoins				
	<b>Connaissances techniques mobilisées</b> (relatives au(x) produit(s) et nécessaires à la vente)				
	<b>Finalisation des ventes</b> dans le respect de la politique de l'unité commerciale :				
	- Découverte du client et de ses besoins				
	- Mise en œuvre d'une argumentation de vente				
	- Conclusion de la vente				
	<b>Communication professionnelle</b> (expression, attitude et comportement...)				
	<b>Attitude et comportement professionnels</b> dans la gestion des réclamations et fiabilité des informations transmises				
	<b>Application des règles d'hygiène</b> et de sécurité liées au personnel, aux clients, aux produits, aux équipements, aux locaux				
<b>Auto-évaluation</b> de la prestation de communication					

Appréciations des évaluateurs :

Fonction des évaluateurs	Noms des évaluateurs	Signature
Tuteur <input type="checkbox"/> Maître d'apprentissage <input type="checkbox"/>	..... .....	
Professeur <input type="checkbox"/> Formateur chargé des enseignements de spécialité <input type="checkbox"/>		

<b>Note / 40</b>	
------------------	--

<b>Baccalauréat Professionnel « COMMERCE »</b>  <b>Épreuve E3 – Unité U3</b>  VENTE EN UNITÉ COMMERCIALE  <b>GRILLE D'ÉVALUATION RÉCAPITULATIVE C.C.F.</b>	Session .....
	<b>Contrôle en Cours de Formation</b>
	<b>Coefficient 4</b>

<b>CANDIDAT</b>	<b>CACHET DE L'ÉTABLISSEMENT</b>
Nom et prénom :	
N° d'inscription :	

1. Situation d'évaluation relative à l'organisation de l'offre « produits »	/20
2. Situation d'évaluation relative à la gestion du rayon	/20
3. Situation d'évaluation relative à la vente	/40
<b>TOTAL 1 + 2 + 3</b>	/80
<b>NOTE E3 – U3*</b>	/20

\* Note sur 20 arrondie au ½ point supérieur

<b>Appréciations des évaluateurs :</b>		
Effectif de la division :		Note moyenne : .....
Effectifs par classe de notes :		
..... de 0 à 5,5	..... de 6 à 8,5	..... de 9 à 12,5
..... de 13 à 15,5	..... de 16 à 20	
Professeurs (ou formateurs) chargés des enseignements de spécialité		Visa du chef d'établissement
Nom :	Visa :	
Nom :	Visa :	

<b>BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL « COMMERCE »</b> <b>Épreuve E3 – Contrôle ponctuel</b> <b>Action de promotion – animation en unité commerciale</b> <b>ACADEMIE DE GRENOBLE</b> <b>Coefficient 4</b>	Centre d'examen : Session : Date de l'épreuve :
Nom du candidat :	N°
Situation choisie pour l'exposé : Vente <input type="checkbox"/> Organisation de l'offre « produits » <input type="checkbox"/> Gestion du rayon <input type="checkbox"/>	

CRITERES D'EVALUATION	Critères	T.I.	I..	S.	T.S.
Qualification de la clientèle de la zone de chalandise : <i>profils et besoins</i>	V.				
Connaissances techniques mobilisées relatives au(x) produit(s) et nécessaire à la vente	V.				
Finalisation des ventes dans le respect de la politique de l'unité commerciale (de la découverte du client et de ses besoins jusqu'à la conclusion de la vente, en passant par la mise en œuvre d'une argumentation)	V.				
Communication professionnelle (expression, attitude et comportement...)	V.				
Communication professionnelle	V.				
Attitude et comportement professionnels dans la gestion des réclamations et fiabilité des informations transmises	V.				
Auto-évaluation de la prestation de communication	V.				
Respect des consignes et des procédures liées à la réception, au réassortiment et à l'approvisionnement	G.				
Organisation de l'offre « produits » en adéquation avec la politique de l'unité commerciale et dans le respect des consignes (facteurs d'ambiance, signalétique, attractivité de la zone en responsabilité)	O.				
Pertinence des diagnostics, des propositions ou des suggestions et fiabilité des informations transmises	V.O.G.				
Application des règles d'hygiène et de sécurité : <i>liées au personnel, aux clients, aux produits, aux équipements, aux locaux</i>	V.O.G.				
<b>Note / 20 (arrondir au ½ point supérieur)</b>	<b>/ 20</b>				

\* L'épreuve se déroule en deux phases successives :

- Exposé : 10 minutes (le candidat présente une situation choisie par la commission d'interrogation parmi celles présentées dans son dossier ; durant cette période, le candidat ne peut être interrompu)
- Entretien : 20 minutes (la commission d'interrogation s'appuie sur l'exposé précédent et le dossier présenté par le candidat pour vérifier le degré de maîtrise des compétences et des savoirs associés à mobiliser pour la réalisation des trois types d'activité : vente, organisation de l'offre, gestion du rayon)

\* Critères valables pour V = vente (Répartition : 10 points) ; O = offre produits (5 points) ; G = gestion du rayon (5 points)

Appréciations des membres de la commission d'interrogation	Nom des évaluateurs	Visa
	Professionnel :  Professeur chargé des enseignements de spécialité : (ou formateur)	

☞ En l'absence des documents permettant de vérifier la conformité à la réglementation des périodes de formation en entreprise (cf. au verso), l'épreuve E3 ne peut donner lieu à notation : porter la mention NV en lieu et place de la note.

**OBJECTIFS**

Cette épreuve vise à apprécier l'acquisition et la maîtrise de compétences mises en œuvre en entreprise par la pratique de la vente en unité commerciale et celle des opérations de gestion afférentes.

**CONTENU**

Les compétences évaluées sont les suivantes :

## Compétence C.1. Animer :

C.1.1. Organiser l'offre produits :

C.1.1.1. Mettre en place les facteurs d'ambiance

C.1.1.2. Installer la signalétique

C.1.1.3. Maintenir l'attractivité de tout ou partie de l'espace de vente

## Compétence C.2. Gérer :

C.2.1. Approvisionner et réassortir

C.2.4. Participer à la gestion et à la prévention des risques

## Compétence C.3. Vendre :

C.3.1. Préparer la vente de produits

C.3.1.2. Exploiter tout ou partie d'un argumentaire

C.3.1.3. Qualifier la clientèle

C.3.2. Réaliser la vente de produits

Elles nécessitent la mobilisation des savoirs associés suivants : S.3. Communication – vente ; S.1. Mercatique ; S.4. Technologies de la communication appliquées à la vente ; S.2. Gestion commerciale : S.2.1. La gestion commerciale des produits et S.2.4. L'environnement du point de vente.

**FORME DE L'ÉVALUATION** : évaluation orale d'une durée de 30 minutes maximum

Cette épreuve consiste en un entretien sur la pratique professionnelle de vente. Elle repose sur un dossier professionnel réalisé et présenté par le candidat.

## 1.1 – Composition du dossier - il comprend :

À les documents permettant de vérifier la conformité à la réglementation des périodes de formation en entreprise (attestations de stage, nature de l'entreprise d'accueil, type d'activités réalisées). Ces documents doivent être authentifiés par l'entreprise et l'établissement, accompagnés le cas échéant d'une décision rectoriale de positionnement, ou doivent justifier l'activité salariée du candidat. Si cette conformité n'est pas constatée, l'épreuve E3 ne peut donner lieu à notation et le diplôme ne peut être délivré.

📄 Un compte rendu de 10 à 15 pages maximum, annexes comprises, réalisé sur support papier élaboré à l'aide de l'outil informatique, de trois situations professionnelles vécues par le candidat lors des périodes de formation en entreprise ou lors de son activité professionnelle : une situation est relative à l'organisation de l'offre produits, une autre à la gestion du rayon et la dernière porte sur la vente en unité commerciale.

Le compte rendu précise pour chaque activité : les principales caractéristiques de l'entreprise dans laquelle elle a été effectuée, les conditions de réalisation, les outils ou matériels utilisés, les problèmes rencontrés, les solutions adoptées, les règles à tirer de l'expérience.

## 1.2 – Déroulement de l'épreuve – elle déroule en deux phases successives :

À Exposé : durée : 10 minutes maximum. Présentation par le candidat d'une situation choisie par la commission d'interrogation parmi celles présentées dans son dossier professionnel. Il doit être en mesure de démontrer qu'il maîtrise les compétences mises en œuvre lors de la réalisation de cette activité. Durant cette période, le candidat ne peut être interrompu.

🗣️ Entretien avec la commission d'interrogation - durée : 20 minutes maximum. À partir de l'exposé précédent et du dossier professionnel, la commission d'interrogation s'entretient avec le candidat et vérifie le degré de maîtrise des compétences et des savoirs associés à mobiliser pour la réalisation des trois types d'activités.

📄 **Le dossier réalisé par le candidat ne fait pas l'objet d'une évaluation. Il constitue une base de travail pour la commission d'interrogation qui l'utilisera pour sélectionner la situation à proposer au candidat lors de l'exposé et pour conduire son entretien.**

La commission d'interrogation est composée de deux personnes : un professeur (ou formateur) des enseignements professionnels de spécialité et, dans la mesure du possible, un professionnel de la vente (à défaut deux professeurs ou formateurs des enseignements professionnels de spécialité).

Le recteur fixe la date à laquelle le candidat doit remettre le dossier professionnel en deux exemplaires au service chargé de l'organisation de l'examen.

ANNÉES SCOLAIRES

ETABLISSEMENT

20.... – 20....

.....

20.... – 20....

**BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL COMMERCE**

**PÉRIODES DE FORMATION EN MILIEU PROFESSIONNEL**

**DOCUMENT D'AIDE À LA NÉGOCIATION DES ACTIVITÉS EN MILIEU PROFESSIONNEL**  
*dans le cadre de l'épreuve E3 Vente en unité commerciale*

<b>PÉRIODE N° 1</b>	<b>DU .....</b> <b>AU .....</b>
<b>ENTREPRISE D'ACCUEIL</b>	

<b>PÉRIODE N° 2</b>	<b>DU .....</b> <b>AU .....</b>
<b>ENTREPRISE D'ACCUEIL</b>	

<b>PÉRIODE N° 3</b>	<b>DU .....</b> <b>AU .....</b>
<b>ENTREPRISE D'ACCUEIL</b>	

<b>PÉRIODE N° 4</b>	<b>DU .....</b> <b>AU .....</b>
<b>ENTREPRISE D'ACCUEIL</b>	

<b>NOM ET PRENOM DE L'ÉLÈVE (ou de L'APPRENTI)</b>	
--	--

☞ Ce document, qui indique le type des activités réalisés, est à joindre à ceux qui permettent de contrôler la conformité à la réglementation des périodes de formation en entreprise.

**E3 Vente en unité commerciale**

Compétences terminales		Activités possibles en entreprise	Activités négociées avec l'entreprise				
C.1.1. Organiser l'offre « produits »			P1	P2	P3	P4	Observations
C.1. ANIMER	C.1.1.1. Mettre en place les facteurs d'ambiance	Identification des facteurs d'ambiance					
		Identification de l'organisation de la surface de vente					
		Participation à la sélection des éléments d'ambiance de la vitrine et/ou de l'espace de vente					
		Installation des éléments d'ambiance					
	C.1.1.2. Installer la signalétique	Identification des éléments constitutifs de la signalétique					
		Repérage des éléments d'ILV ou de PLV disponibles et sélection des éléments utiles					
		Création de support(s) de signalétique					
		Installation de support de signalétique					
	C.1.1.3. Maintenir l'attractivité de tout ou partie de l'espace de vente	Diagnostic des causes du manque d'attractivité					
		Proposition d'action(s) à mettre en place					
		Prise de mesures immédiates pour maintenir l'achalandage de l'espace de vente et assurer la protection des produits					
	C.2.1. Approvisionner et réassortir			P1	P2	P3	P4
C.2.1.1. Participer à l'approvisionnement	Identification du ou des fournisseurs						
	Exploitation des informations émanant du ou des fournisseurs						
	Application des procédures d'approvisionnement						
	Mise à jour des fichiers « fournisseurs » et « produits »						
C.2.1.2. Réaliser le réassortiment	Détection et comptage des produits manquants						
	Déclenchement de la procédure de réassort						
	Réalisation de la rotation des produits						
C.2.1.3. Préparer la commande	Qualification de la structure de l'assortiment						
	Comptage des produits en stock (magasin et réserve) et calcul des produits à commander						
	Passation de la commande						
C.2.1.4. Réceptionner les produits	Vérification du planning des réceptions						
	Contrôle des livraisons (contrôle quantitatif et de conformité)						
	Prise des mesures nécessaires pour remédier aux défauts, erreurs, retards de livraison						
	Contrôle qualitatif des produits et rangement dans la zone de stockage, la réserve ou le magasin						
	Prise des mesures pour garantir la qualité des produits						
	Étiquetage des produits et mise en place des anti-vol (le cas échéant)						
	Saisie ou validation de l'entrée en stock						
C.2.1.5. Effectuer les opérations de contrôle	Réalisation du rapprochement bon de commande – livraison						
C.2. GERER	C.2.1. Approvisionner et réassortir		P1	P2	P3	P4	Observations
	C.2.1.1. Participer à l'approvisionnement	Identification du ou des fournisseurs					
		Exploitation des informations émanant du ou des fournisseurs					
		Application des procédures d'approvisionnement					
		Mise à jour des fichiers « fournisseurs » et « produits »					
	C.2.1.2. Réaliser le réassortiment	Détection et comptage des produits manquants					
		Déclenchement de la procédure de réassort					
		Réalisation de la rotation des produits					
	C.2.1.3. Préparer la commande	Qualification de la structure de l'assortiment					
		Comptage des produits en stock (magasin et réserve) et calcul des produits à commander					
		Passation de la commande					
	C.2.1.4. Réceptionner les produits	Vérification du planning des réceptions					
Contrôle des livraisons (contrôle quantitatif et de conformité)							
Prise des mesures nécessaires pour remédier aux défauts, erreurs, retards de livraison							
Contrôle qualitatif des produits et rangement dans la zone de stockage, la réserve ou le magasin							
Prise des mesures pour garantir la qualité des produits							
Étiquetage des produits et mise en place des anti-vol (le cas échéant)							
Saisie ou validation de l'entrée en stock							
C.2.1.5. Effectuer les opérations de contrôle	Réalisation du rapprochement bon de commande – livraison						

Compétences terminales		Activités possibles en entreprise	Activités négociées avec l'entreprise				
C.2. GERER	<b>C.2.4. Participer à la gestion et à la prévention des risques</b>		<b>P1</b>	<b>P2</b>	<b>P3</b>	<b>P4</b>	<b>Observations</b>
	C.2.4.1. Appliquer les règles d'hygiène et de sécurité liées au personnel et aux clients	Application stricte des règles d'hygiène et de sécurité					
		Détection des dysfonctionnements, des incidents, des anomalies					
		Prise de mesure(s) conservatoire(s)					
		Intervention auprès du responsable					
		Actualisation des règles d'hygiène					
		Attitude de veille quant à l'application des règles d'hygiène et de sécurité par le client					
	C.2.4.2. Appliquer les règles d'hygiène et de sécurité liées aux produits, aux équipements et aux locaux	Application des règles d'hygiène et de sécurité					
		Contrôle de l'application des règles d'hygiène relatives aux produits, de la réception à la mise en rayon					
		Détection des dysfonctionnements, des incidents, des anomalies					
		Prise de mesure(s) conservatoire(s)					
		Proposition(s) pour remédier aux dysfonctionnements constatés					
Actualisation des règles d'hygiène et de sécurité							
<b>C.3.1. Préparer la vente</b>		<b>P1</b>	<b>P2</b>	<b>P3</b>	<b>P4</b>	<b>Observations</b>	
C.3.1.2. Exploiter tout ou partie d'un argumentaire	Création ou utilisation de tout ou partie d'un argumentaire						
C.3.1.3. Qualifier la clientèle	Recherche et sélection des informations relatives au profil de la clientèle de la zone de chalandise						
<b>C.3.2. Réaliser la vente de produits</b>		<b>P1</b>	<b>P2</b>	<b>P3</b>	<b>P4</b>	<b>Observations</b>	
C.3.2.1. Effectuer la découverte du client	Accueil du client						
	Recherche des mobiles, des motivations et des freins						
	Adoption d'une attitude et d'un comportement adaptés au langage et au paralangage du client						
C.3.2.2. Présenter le produit au client	Sélection dans l'offre commerciale du ou des produits correspondant aux attentes du client						
C.3.2.3. Argumenter et conseiller	Réalisation de démonstration(s) si besoin est						
	Traitement des objections						
C.3.2.4. Conclure la vente	Obtention de l'accord du client						
C.3.2.5. Conclure l'entretien de vente	Réalisation de vente(s) additionnelle(s) et/ou de service(s) associé(s)						
	Encaissement						
	Prise de congé						
C.3.2.6. Traiter les réclamations	Gestion des relations conflictuelles (Identification de la nature de la réclamation, recherche d'une réponse possible)						
	Transmission de l'information au bon interlocuteur						
C.3.2.7. S'auto-évaluer en situation de communication	Auto-évaluation des prestations réalisées						
C.3. VENDRE	<b>C.3.1. Préparer la vente</b>		<b>P1</b>	<b>P2</b>	<b>P3</b>	<b>P4</b>	<b>Observations</b>
	C.3.1.2. Exploiter tout ou partie d'un argumentaire	Création ou utilisation de tout ou partie d'un argumentaire					
	C.3.1.3. Qualifier la clientèle	Recherche et sélection des informations relatives au profil de la clientèle de la zone de chalandise					
	<b>C.3.2. Réaliser la vente de produits</b>		<b>P1</b>	<b>P2</b>	<b>P3</b>	<b>P4</b>	<b>Observations</b>
	C.3.2.1. Effectuer la découverte du client	Accueil du client					
		Recherche des mobiles, des motivations et des freins					
		Adoption d'une attitude et d'un comportement adaptés au langage et au paralangage du client					
	C.3.2.2. Présenter le produit au client	Sélection dans l'offre commerciale du ou des produits correspondant aux attentes du client					
	C.3.2.3. Argumenter et conseiller	Réalisation de démonstration(s) si besoin est					
		Traitement des objections					
	C.3.2.4. Conclure la vente	Obtention de l'accord du client					
	C.3.2.5. Conclure l'entretien de vente	Réalisation de vente(s) additionnelle(s) et/ou de service(s) associé(s)					
Encaissement							
Prise de congé							
C.3.2.6. Traiter les réclamations	Gestion des relations conflictuelles (Identification de la nature de la réclamation, recherche d'une réponse possible)						
	Transmission de l'information au bon interlocuteur						
C.3.2.7. S'auto-évaluer en situation de communication	Auto-évaluation des prestations réalisées						

BACCALURÉAT PROFESSIONNEL COMMERCE

Épreuve E3 Vente en unité commerciale  
Indicateurs d'évaluation de la situation « Organisation de l'offre produits »

<b>Organisation de l'offre « produits » en adéquation avec la politique de l'unité commerciale et dans le respect des consignes</b>	
<b>Facteurs d'ambiance</b>	
Le candidat les choisit correctement en fonction des produits à mettre en valeur (produits permanents ou opérations ponctuelles) ; il les installe correctement, les combinant de façon cohérente par rapport aux règles de l'unité commerciale. Les consignes sont systématiquement respectées.	TS
Le candidat les choisit correctement en fonction des produits à mettre en valeur (produits permanents ou opérations ponctuelles) ; il les installe correctement, mais les combine sans tenir compte des règles de l'unité commerciale.	S
Le candidat ne choisit pas correctement les facteurs d'ambiance en fonction des produits à mettre en valeur (produits permanents ou opérations ponctuelles) ; il ne les installe pas correctement. Le résultat est incohérent.	I
Le candidat ne se soucie pas de choisir les produits à mettre en valeur (produits permanents ou opérations ponctuelles) et installe les éléments de façon incohérente.	TI
<b>Signalétique</b>	
Le candidat a le souci de mettre en place une information lisible, complète et exacte ; la signalisation mise en place (flèches, repères...) est repérable et appropriée ; la signalétique utilisée valorise complètement le produit ; elle est en cohérence avec le thème et/ou la stylistique de l'animation. Les consignes sont intégralement respectées.	TS
Le candidat a le souci de mettre en place une information lisible, complète et exacte ; la signalisation mise en place (flèches, repères...) est repérable et appropriée ; la signalétique utilisée valorise le produit mais n'est pas en cohérence avec le thème et/ou la stylistique de l'animation.	S
Le candidat n'est pas conscient de la mise en place d'une signalisation lisible ; la signalétique utilisée ne valorise pas le produit. Le résultat est incohérent.	I
Le candidat ne se soucie pas de la mise en place d'une signalétique. Le résultat est incohérent.	TI
<b>Attractivité de la zone en responsabilité</b>	
L'espace géré par le candidat est rendu dynamique et attractif.	TS
L'espace géré par le candidat est rendu partiellement dynamique et attractif.	S
L'espace géré par le candidat est insuffisamment dynamique et attractif.	I
L'espace géré par le candidat n'est ni dynamique, ni attractif.	TI
<b>Application des règles d'hygiène et de sécurité liées au personnel, aux produits, aux équipements, aux locaux</b>	
Le candidat fait preuve d'une attention constante pour assurer la protection des produits, des équipements, des locaux et des personnes (consommateurs, personnel).	TS
Le candidat applique les règles pour assurer la protection des produits, des équipements, des locaux et des personnes (consommateurs, personnel).	S
Le candidat ne respecte que partiellement les règles pour assurer la protection des produits, des équipements, des locaux et des personnes (consommateurs, personnel).	I
Le candidat ne connaît pas et ne respecte pas les règles pour assurer la protection des produits, des équipements, des locaux et des personnes (consommateurs, personnel).	TI
<b>Pertinence des diagnostics, des propositions ou des suggestions et fiabilité des informations transmises</b>	
Le candidat diagnostique correctement les causes du manque d'attractivité de la zone de vente dont il est responsable. Ses propositions ou suggestions d'action( corrective(s) sont pertinentes. Toutes les informations sont transmises (qu'elles soient écrites ou orales) et sont fiables.	TS
Le candidat est conscient du manque d'attractivité de la zone de vente dont il est responsable. Il émet quelques suggestions. Des informations (écrites ou orales) sont transmises et sont fiables.	S
Le candidat n'est pas pleinement conscient du manque d'attractivité de la zone de vente dont il est responsable et il n'émet pas de propositions. Le candidat ne transmet pas toujours les informations (écrites ou orales) au responsable.	I
Le candidat est incapable d'apprécier l'attractivité de la zone de vente dont il est responsable. Aucune information (écrite ou orale) n'est transmise au responsable.	TI

Baccalauréat Professionnel « COMMERCE »

ATTESTATION DE LA  
FORMATION EN MILIEU PROFESSIONNEL

Je soussigné \_\_\_\_\_, Proviseur(e)

de l'établissement \_\_\_\_\_

certifie que :

NOM \_\_\_\_\_ Prénom \_\_\_\_\_

Inscrit dans l'établissement que je dirige, en classe de baccalauréat professionnel « COMMERCE » a suivi, conformément à la législation en vigueur, des périodes de formation en entreprise d'une durée de 18 semaines.

Raison sociale et adresse de l'entreprise	Période	Observations
	..... semaines du ..... au .....	
	..... semaines du ..... au .....	
	..... semaines du ..... au .....	
	..... semaines du ..... au .....	

☞ Joindre les attestations, précisant les dates et durées des périodes de formation en milieu professionnel, établies par le responsable de l'unité commerciale.

☞ Préciser dans un document séparé, authentifié par le chef d'établissement, les périodes réalisées en dehors des PFMP, dans le cadre des deux semaines réservées aux formations mises en place pour répondre à un besoin de technicité sur un produit, une famille de produits ou un secteur considéré.

Le \_\_\_\_\_

Signature (et cachet de l'établissement)

**EPREUVE E3 EN CCF : AIDE A L'EVALUATION DE L'EPREUVE  
« COMMENT ANTICIPER, PLANIFIER ET INDIVIDUALISER  
LA CERTIFICATION DES 3 SITUATIONS D'EVALUATION ? »**

<i>Situations d'évaluation</i>	<i>Actions</i>	<i>Professeur de spécialité</i>	<i>Elève</i>	<i>Tuteur</i>
<b>L'organisation de l'offre « produits »</b> / 20 points	Anticiper	<b>❶</b> - Présenter l'épreuve E3 - Informer l'élève des modalités de son évaluation - Préparer l'élève à son auto-évaluation	<b>❷</b> Négocier, auprès du tuteur, une à deux situations d'évaluation par PFMP, après s'être assuré que les compétences liées à cette(ces) situation(s) pourront être mises en œuvre	<b>❷</b> Négocier, avec l'élève, une à deux situations d'évaluation par PFMP
<b>La gestion du rayon</b> / 20 points	Planifier	<b>❸</b> Prendre rendez-vous pour l'évaluation certificative, à partir de la 3 <sup>ème</sup> PFMP	<b>❸</b> Choisir la (ou les) situation(s) d'évaluation en fonction de l'activité du point de vente	<b>❸</b> Prévoir les matériels et les informations nécessaires lors de chacune des situations d'évaluation  <i>NB : les situations d'évaluation peuvent être regroupées</i>
<b>La vente</b> / 40 points	Individualiser	<b>❹</b> Evaluer l'élève, en binôme avec le tuteur  <b>❺</b> Harmoniser et arrêter la note, en binôme avec le tuteur	<b>❹</b> Rendre compte, au professeur et au tuteur, de la réalisation des tâches relatives aux situations d'évaluation  <b>❻</b> Répondre aux questions du professeur et du tuteur	<b>❹</b> Se concerter avec l'élève  <b>❹</b> Evaluer l'élève, en binôme avec le professeur de spécialité  <b>❺</b> Proposer et arrêter la note, avec le professeur de spécialité

<b>COMPETENCES PROFESSIONNELLES</b>					
<i>Observations conjointes du professeur chargé du suivi, et du tuteur (* N.A./** P.A./*** A.)</i>					
<b>VENDRE</b>		<i>Période 1</i>	<i>Période 2</i>	<i>Période 3</i>	<i>Période 4</i>
<b>► Préparer</b>					
	Qualifier la clientèle <i>Qui? Combien? Où?</i> <b>Profil / Besoin</b>				
	Utiliser l'argumentaire				
	Préparer le matériel de vente				
<b>► Réaliser</b>					
	Prendre en charge le client				
	Effectuer la découverte				
	Présenter les produits				
	Conseiller et argumenter				
	Conclure et finaliser la vente				
	Traiter les réclamations				
<b>GERER</b>		<i>Période 1</i>	<i>Période 2</i>	<i>Période 3</i>	<i>Période 4</i>
<b>► Approvisionner et réassortir</b>					
	Participer à l'approvisionnement <b>Vérifier les colis et documents</b>				
	Réaliser le réassortiment <b>Installer les produits et compléter les manquants</b>				
	Préparer la commande				
	Réceptionner les produits				
	Effectuer les opérations de contrôle				

► Participer à la gestion et à la prévention des risques					
	Appliquer les règles d'hygiène et de sécurité liées au personnel et aux clients				
	Appliquer les règles d'hygiène et de sécurité liées aux produits, aux équipements et aux locaux				
ANIMER		Période 1	Période 2	Période 3	Période 4
► Organiser l'offre des produits					
	Mettre en place les facteurs d'ambiance ( <i>meubler, éclairage, son, vidéo ...</i> )				
	Installer la signalétique ( <i>étiquettes, prix, affichage...</i> )				
	Maintenir l'attractivité de l'espace de vente ( <i>propreté, ordre, lisibilité des informations...</i> )				
ATTITUDES PROFESSIONNELLES					
	* S'intégrer à l'équipe de travail				
	* S'adapter aux méthodes de travail (respecter les consignes)				
	* S'impliquer dans son travail				
	* Adopter un comportement professionnel (présentation, disponibilité et amabilité)				
	* Gérer son activité dans le temps				
	* Faire preuve d'autonomie				
	* Prendre les initiatives adéquates				

**\* NA : Non Acquis**

L'élève n'est pas du tout autonome. Il peut exécuter toutes les opérations mais il réalise souvent des erreurs, des oublis qui peuvent compromettre le bon déroulement de l'action. Il manque de rigueur, et/ou de connaissances, et son travail doit être nécessairement contrôlé.

**\*\* PA : Partiellement Acquis**

L'élève arrive à exécuter les tâches demandées de manière correcte. Il manque cependant d'assurance, et commet des erreurs sans gravité. Il progresse mais ne peut cependant être laissé en totale autonomie sur l'action

**\*\*\* A : Acquis**

L'élève réalise l'activité en autonomie, sans erreur. Il a pris de l'assurance, adopte un comportement professionnel, et peut prendre quelques initiatives dans la limite de sa fonction et des exigences du diplôme.

L'acquisition des compétences, déclenche la certification, le professeur fixe alors une date d'évaluation.

## *V. Bibliographie/ Ressources électroniques*

- « **La distribution : organisation et stratégie** »  
Marc Filser, Véronique des Garets, Gilles Paché  
Éditions EMS – collection « les essentiels de la gestion » - management & société
- « **Management de la distribution** »  
Gérard Cliquet – André Fady – Guy Basset  
Éditions Dunod
- « **E marketeur – les nouveaux fondements du marketing** »  
Coord Christian Michon  
Éditions Pearson éducation
- « **Dictionnaire du marketing** »  
Albertini, Helfer, Orsoni  
Éditions Vuibert
- « **Marketing** »  
Éditions Vuibert
- « **Les risques professionnels** »  
Roger Vicentini  
Éditions d'organisation
- « **Enseigner, une affaire de personnalités** »  
Béatrice Bailly  
Éditions Nathan Pédagogie
- « **Marketing** »  
Claude Demeure  
Éditions Sirey
- « **Concurrence et stratégies dans la distribution** »  
C. Ducrocq  
Éditions Éditions Vuibert
- « **Négociation et référencement** »  
C. Lhermie  
Éditions Éditions Vuibert
- « **Référencement et déréférencement en grande distribution** »  
P. Farizy et M. Vincent  
Éditions d'organisation
- « **Le marketing dans le commerce de détail** »  
Jallais, Orsoni et Fady  
Éditions Vuibert
- « **Merchandising stratégique** »  
D. Mouton  
Éditions d'organisation
- « **Construisez votre merchandising libre-service** »  
J. Dioux  
Éditions professionnelles européennes
- « **Commerce et industrie : le nouveau partenariat** »  
M. Vandaele  
Éditions Vuibert
- « **Marketing stratégique de la distribution** »  
G. Chetochine  
Éditions Liaisons
- « **Stratégies d'entreprise face à la tourmente des prix** »  
G. Chetochine  
Éditions Liaisons
- « **La distribution** »  
J. Vigny  
Éditions Dalloz
- « **Le merchandising** »  
A. Welhoff et J.E. Masson  
Éditions Dunod
- « **Mieux exploiter sa distribution** »  
C. Romain et O. Guiard-Schmid  
Éditions Dunod
- « **Promotion des ventes et action commerciale** »  
P. Ingold  
Éditions Vuibert
- « **L'action promotionnelle** »  
J.C. Dominitz et S. Tochon  
Éditions d'organisation

→ Centre de ressources pour l'enseignement professionnel en Economie-Gestion :

<http://www.cerpeg.ac-versailles.fr>

→ Centre national de ressources pour l'alternance et l'apprentissage :

<http://cnraa.ac-nancy-metz.fr/accueil.php>

→ Centre national de documentation pédagogique :

<http://www.sceren.fr/>

→ Les informations officielles et pédagogiques pour l'enseignement secondaire :

<http://eduscol.education.fr/>

→ La préparation du baccalauréat en trois ans; information gouvernementale :

[ftp://trf.education.gouv.fr/pub/edutel/syst/igen/bac\\_pro\\_3ans\\_2005.pdf](ftp://trf.education.gouv.fr/pub/edutel/syst/igen/bac_pro_3ans_2005.pdf)

→ Bulletin officiel de l'Education Nationale

<http://www.education.gouv.fr/bo/>

→ Quelques repères à compter de la rentrée 2010 :

[http://media.education.gouv.fr/file/reforme\\_lycee/91/8/Nouveau-lycee-Reperes-pour-la-rentree-2010\\_133918.pdf](http://media.education.gouv.fr/file/reforme_lycee/91/8/Nouveau-lycee-Reperes-pour-la-rentree-2010_133918.pdf)

A propos du nouveau lycée, une présentation de la nouvelle classe de seconde.

[http://media.education.gouv.fr/file/reforme\\_lycee/07/3/Le\\_nouveau\\_Lycee\\_general\\_et\\_technologique\\_135073.ppt](http://media.education.gouv.fr/file/reforme_lycee/07/3/Le_nouveau_Lycee_general_et_technologique_135073.ppt)

La nouvelle voie professionnelle.

[http://media.education.gouv.fr/file/reforme\\_lycee/07/5/Le\\_nouveau\\_Lycee\\_professionnel\\_135075.ppt](http://media.education.gouv.fr/file/reforme_lycee/07/5/Le_nouveau_Lycee_professionnel_135075.ppt),

des fiches thématiques, des questions-réponses.

<http://www.education.gouv.fr/cid50369/questions-sur-reforme-lycee.html> et des pages complémentaires à consulter.

→ Réglementation générale du baccalauréat professionnel trois ans :

<http://www.sceren.fr/archivage/valid/brochadmin/bouton/a000/a000b2.pdf>

→ Site de ressources pédagogiques « Economie gestion » pour l'académie de grenoble :

<http://ecogest.ac-grenoble.fr/>