

**MINISTERE DE LA COMMUNAUTE FRANCAISE**  
**ADMINISTRATION GENERALE DE L'ENSEIGNEMENT ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE**  
**ENSEIGNEMENT DE PROMOTION SOCIALE DE REGIME 1**

**DOSSIER PEDAGOGIQUE**  
**UNITE DE FORMATION**  
**NOTIONS DE PLANIFICATION DE PROJETS DE VENTE**  
**ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ECONOMIQUE DE TYPE COURT**

**CODE : 71 59 11 U32 D1**

**CODE DU DOMAINE DE FORMATION : 702**

**DOCUMENT DE REFERENCE INTER-RESEAUX**

**Approbation du Gouvernement de la Communauté française du 16 septembre 2013,  
sur avis conforme de la Commission de concertation**

# NOTIONS DE PLANIFICATION DE PROJETS DE VENTE

## ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ECONOMIQUE DE TYPE COURT

### 1. FINALITES DE L'UNITE DE FORMATION

#### 1.1. Finalités générales

Conformément à l'article 7 du décret de la Communauté française du 16 avril 1991 organisant l'enseignement de promotion sociale, cette unité de formation doit :

- ◆ concourir à l'épanouissement individuel en promouvant une meilleure insertion professionnelle, sociale, culturelle et scolaire ;
- ◆ répondre aux besoins et demandes en formation émanant des entreprises, des administrations, de l'enseignement et d'une manière générale des milieux socio-économiques et culturels.

#### 1.2. Finalités particulières

L'unité de formation vise à permettre à l'étudiant :

- ◆ d'appréhender la gestion et la planification de projets de vente ;
- ◆ d'appréhender les outils informatiques de gestion de projets.

### 2. CAPACITES PREALABLES REQUISES

#### 2.1. Capacités

**En Stratégique commerciale appliquée,**

*sur base d'une situation issue de la vie professionnelle, décrite précisément, en connaissant la stratégie marketing de l'entreprise et en disposant de la documentation ad-hoc,*

- ◆ effectuer une analyse concurrentielle du marché ;
- ◆ adapter et/ou créer une offre commerciale en adéquation avec le marché ou l'entreprise, avec mise en évidence des avantages concurrentiels ;
- ◆ déterminer le positionnement choisi et les techniques commerciales à mettre en œuvre ;
- ◆ établir un plan d'action commerciale : objectifs commerciaux chiffrés, cibles, moyens à mettre en œuvre, analyse du portefeuille clients.

#### 2.2. Titre pouvant en tenir lieu

Attestation de réussite de l'unité de formation « Stratégie commerciale appliquée », code n° 714112U32D1, classée dans l'enseignement supérieur économique de type court.

### 3. HORAIRE MINIMUM DE L'UNITE DE FORMATION

<b>3.1. Dénomination du cours</b>	<b>Classement</b>	<b>Code U</b>	<b>Nombre de périodes</b>
Méthodologie de gestion de projets de vente	CT	B	8
Laboratoire : opérationnalisation du projet de vente	CT	S	16
<b>3.2. Part d'autonomie</b>		P	6
Total des périodes			30

### 4. PROGRAMME

L'étudiant sera capable,

#### 4.1. Méthodologie de gestion de projets de vente

*face à une situation issue de la vie professionnelle décrivant la planification d'un projet de vente,*

- ◆ de s'approprier la notion de projet de vente ainsi que les principes de gestion d'un projet de vente :
  - de caractériser la notion de projet et d'identifier les éléments du projet (besoins de l'entreprise, objectifs et plan d'action),
  - de déterminer les enjeux, l'intérêt et les acteurs du projet de vente,
  - d'analyser la démarche de gestion de projets (étapes, planification, réalisation et évaluation),
  - d'identifier des outils et des méthodes de gestion d'un projet commercial (analyse fonctionnelle, diagramme de Pareto, la matrice d'Eisenhower, la roue de Deming, gestion du temps, ...);
- ◆ de synthétiser le projet à l'aide d'un tableau de bord (étapes et enchaînement des étapes de planification, actions et moyens à mettre en œuvre, contraintes, durée, ...).

#### 4.2. Laboratoire : opérationnalisation du projet de vente

*face à différents outils informatiques permettant la gestion de projets,*

- ◆ d'analyser la chronologie du projet en termes de répartition des tâches et des ressources, en exploitant les outils informatiques de gestion de projets ;
- ◆ d'analyser la planification et le pilotage du projet de vente dans le cadre d'une politique commerciale déterminée (décomposition des tâches, description et estimation des ressources requises, structures organisationnelles des équipes du projet de vente, rôles et responsabilités des principaux acteurs des équipes, réunions, estimation des durées, calcul du budget, calcul de la valeur ajoutée, évaluation des bénéfices...);
- ◆ de déceler les problèmes liés au projet de planification en regard des différentes ressources mises en œuvre et de suggérer des corrections.

## 5. CAPACITES TERMINALES

**Pour atteindre le seuil de réussite, l'étudiant sera capable :**

*face à une situation issue de la vie professionnelle décrivant la planification d'un projet de vente,*

*face à différents outils informatiques permettant la gestion de projets,*

*sur base d'une situation issue de la vie professionnelle, décrite par des consignes précises,*

*en tenant compte des étapes de la gestion du projet commercial,*

- ◆ d'analyser le projet de vente proposé en critiquant les différentes ressources allouées.

**Pour la détermination du degré de maîtrise, il sera tenu compte des critères suivants :**

- ◆ de la finesse de l'analyse et de l'argumentation.

## 6. CHARGE(S) DE COURS

Un enseignant ou un expert.

L'expert devra justifier de compétences particulières issues d'une expérience professionnelle actualisée en relation avec le programme du présent dossier pédagogique.

## 7. CONSTITUTION DES GROUPES OU REGROUPEMENT

Aucune recommandation particulière.