

ENSEIGNEMENT DE PROMOTION SOCIALE - REGIME 1**DOCUMENT 8 bis****DOSSIER PEDAGOGIQUE****UNITE DE FORMATION****1. La présente demande émane du réseau :**

- (1) Provincial et communal (1) ~~Libre confessionnel~~
 (1) ~~Communauté française~~ (1) ~~Libre non confessionnel~~

Identité du responsable pour le réseau : Roberto GALLUCCIO
 Administrateur délégué

Date et signature : 09/09/2008

2. Intitulé de l'unité de formation : Merchandising et connaissances des produits.

CODE DE L'U.F. 714236021C1	CODE DU DOMAINE DE FORMATION 704
----------------------------	----------------------------------

3. Finalités de l'unité de formation : Reprises en annexe n° 1 de ...1... page(s) (2)

4. Capacités préalables requises : Reprises en annexe n° 2 de1.. page(s) (2)

5. Classement de l'unité de formation :

(1) Enseignement secondaire de : transition qualification
 du degré : inférieur supérieur

(1) ~~Enseignement supérieur de type court~~ (1) ~~Enseignement supérieur de type long~~

Pour le classement de l'unité de formation de l'enseignement supérieur			
Proposition de classement	(1)	Classement du Conseil supérieur (1)	
Technique	<input type="checkbox"/>	Technique	<input type="checkbox"/>
Economique	<input type="checkbox"/>	Economique	<input type="checkbox"/>
Paramédical	<input type="checkbox"/>	Paramédical	<input type="checkbox"/>
Social	<input type="checkbox"/>	Social	<input type="checkbox"/>
Pédagogique	<input type="checkbox"/>	Pédagogique	<input type="checkbox"/>
Agricole	<input type="checkbox"/>	Agricole	<input type="checkbox"/>
Maritime	<input type="checkbox"/>	Maritime	<input type="checkbox"/>

Date de l'accord du Conseil supérieur :

Signature du Président du Conseil supérieur :

6. Caractère occupationnel : oui non

7. Constitution des groupes ou regroupement : Repris en annexe n° 3 de ...1.... page(s) (2)

8. Programme du (des) cours : Repris en annexe n° 4 de2... page(s) (2)

9. Capacités terminales : Reprises en annexe n° 5 de ...1... page(s) (2)

10. Chargé(s) de cours : Repris en annexe n° 6 de1.. page(s) (2)

- (1) Cocher la mention utile
 (2) A compléter
 (3) Réservé à l'administration
 (4) Proposé par le réseau et avalisé par l'inspection

D 8 BIS/UF : au 01.03.98

Code de l'unité de formation : 7142 36U 21C1	Code du domaine de formation : 704
--	------------------------------------

11. Horaire minimum de l'unité de formation :

11.1. Etudiant : (2) : 90 périodes Code U :

Le nombre de périodes suivies par l'étudiant est mentionné sur le titre délivré.

1. Dénomination des cours	Classement des cours	Code U	Nombre de périodes par groupe d'étudiants
Merchandising	CT	B	35
Connaissances des Produits	CT	B	43
Autonomie		P	12
Total des périodes			90

v

12. Réservé au Service d'inspection :

a) Observation(s) de l'(des) Inspecteur(s) concerné(s) relative(s) au dossier pédagogique [annexe(s) éventuelle(s)] :

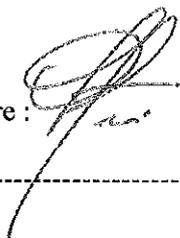
b) Décision de l'Inspecteur coordonnateur relative au dossier pédagogique :

ACCORD PROVISOIRE - PAS D'ACCORD

En cas de décision négative, motivation de cette dernière :

Date : 14.10.08

Signature :



J. LEONARD
Inspecteur chargé de la
coordination du service
d'inspection.

- (2) A compléter
(3) Réservé à l'administration
(4) Proposé par le réseau et avalisé par l'inspection
(5) Soit CG, CS, CT, CTPP, PP ou CPPM
(6) Soit A, B, C, D, E, F, H, J, K, L, Q, R, S, T - (l'approbation de cette rubrique est réservée à l'administration)

D 8 BIS/UF : au 01.03.98

MERCHANDISING ET CONNAISSANCES DES PRODUITS

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 :
 - o de rechercher les caractéristiques de différents produits afin de proposer aux clients le produit avec le meilleur rapport qualité/prix.
 - o d'identifier l'assortiment, l'aménagement, le linéaire, la politique tarifaire d'une structure commerciale.

MERCHANDISING ET CONNAISSANCES DES PRODUITS

2. Capacités préalables requises

2.1. Capacités

En français :

- ♦ de comprendre un texte écrit (+/- 30 lignes) dans un langage usuel, par exemple en réalisant une synthèse écrite et/ou en répondant à des questions sur le fond ;
- ♦ d'émettre, de manière cohérente et structurée, un commentaire personnel à propos d'un texte.

En mathématique :

face à des problèmes concrets de la vie courante (par exemple : établissement d'un budget, calcul d'un ensemble de dépenses, ...) et disposant d'une calculette,

- ♦ d'effectuer correctement des calculs simples relatifs :
 - ♦ aux quatre opérations fondamentales ;
 - ♦ aux pourcentages et à la règle de trois ;
- ♦ de mesurer les grandeurs et effectuer des opérations simples sur ces grandeurs.

2.2. Titres pouvant en tenir lieu

Certificat d'enseignement secondaire inférieur ou certificat du second degré.

MERCHANDISING ET CONNAISSANCES DES PRODUITS

3 CONSTITUTION DES GROUPES OU REGROUPEMENT

3.1. MERCHANDISING ET CONNAISSANCES DES PRODUITS

Sans objet.

MERCHANDISING ET CONNAISSANCES DES PRODUITS

4. PROGRAMME DU COURS

L'étudiant sera capable :

4.1. En Merchandising :

- d'expliquer l'importance d'un assortiment en tenant compte de la politique commerciale d'une enseigne.
- de déterminer les critères d'une bonne gestion d'un assortiment, et d'en préciser le rôle.
- d'expliciter les notions suivantes :
 - o politique tarifaire
 - o notions de prix
 - o produit d'appel
 - o degré d'appel
 - o notions de familles.
- d'identifier et d'expliquer les principales notions d'une politique tarifaire.
- de calculer les réductions et ristournes sur des prix.

au travers des études théoriques, des lectures, des échanges d'idées et une visite de magasin :

- o d'identifier les différentes fonctions d'un magasin ;
 - o de déterminer leur implication sur la géographie d'un magasin ;
 - o d'énoncer les critères qui permettent l'utilisation optimum d'une surface de vente ;
 - o d'émettre des idées constructives concernant l'utilisation d'une surface de vente ;

 - o d'identifier l'importance d'une zone de chalandise dans un magasin ;
 - o de déterminer en quoi la notion de tête de banc a des implications dans l'assortiment d'un magasin ;
 - o de proposer des améliorations pour une utilisation efficace d'une zone de chalandise ;
 - o de définir des coefficients d'occupation au sol ;
 - o de définir des critères de répartition des linéaires au sol par famille de produits ;
 - o de s'initier aux manières d'optimiser un linéaire développé de manière adéquate ;
- d'assimiler l'importance d'une présentation adéquate dans une surface commerciale.

4.2. En Connaissances des produits :

- de se connecter à internet, d'y consulter des données, de les enregistrer sur le disque dur d'un ordinateur, et de les réexpédier ;
- de rechercher les caractéristiques de produits par le biais d'internet;
- de lire les modes d'emploi ;
- de repérer des renseignements importants sur différents modes d'emploi à savoir, par exemple :
 - o décrire le type des produits étudiés ;

- d'expliquer l'utilisation, les fonctions et les caractéristiques des différents produits ;
- de repérer les différents avantages d'un produit ;
- de proposer aux clients, pour un produit donné, le meilleur rapport qualité: prix et de le justifier, tout en prenant conscience de la limite de ses fonctions, notamment dans l'intérêt de client.

MERCHANDISING ET CONNAISSANCES DES PRODUITS

5. CAPACITES TERMINALES

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

au départ de situations concrètes proposées par le chargé de cours,

- de commenter par écrit l'aménagement des linéaires d'un magasin donné ;
- de déterminer pour ce magasin la politique tarifaire la plus intéressante ;
- d'expliquer son rôle dans la gestion d'un assortiment ;
- de consulter internet afin d'y retrouver des notices explicatives d'un produit donné ;
- d'expliquer le fonctionnement d'un appareil après la lecture du mode d'emploi ou de notices de la marque ;
- de comparer différents modèles d'un même produit afin de proposer le produit avec le meilleur rapport qualité/ prix.

Pour la détermination du degré de maîtrise il sera tenu compte des critères suivant ::

- de la qualité de l'argumentation,
- de la clarté et de la précision du travail écrit,
- de la finesse de la comparaison.

MERCHANDISING ET CONNAISSANCES DES PRODUITS

6. CHARGE DE COURS

Le chargé de cours sera un enseignant ou un expert.

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