



KULTUSMINISTER KONFERENZ

RAHMESPLAN

pour les professions de formation

Employé(e) de commerce de détail Vendeur(euse)

(Décision de la Conférence des ministres de l'éducation et de la culture du 17.06.2004 dans la version du 16.09.2016)

Secrétariat de la Conférence permanente des ministres de l'éducation et des affaires culturelles des Länder en République fédérale d'Allemagne

Taubenstraße 10 - 10117 Berlin
Boîte postale 11 03 42 - 10833
Berlin

Tél. : 030 25418-499

Graurheindorfer Straße 157 -
53117 Bonn
Boîte postale 22 40 - 53012 Bonn
Tél. : 0228 501-0

Partie I : Remarques préliminaires

Ce programme-cadre pour l'enseignement professionnel dans les écoles professionnelles a été adopté par la Conférence permanente des ministres et sénateurs de l'éducation des Länder (KMK).

Le plan d'études cadre est harmonisé avec le règlement fédéral de formation correspondant (édicte par le ministère fédéral de l'économie et du travail ou par le ministère compétent en accord avec le ministère fédéral de l'éducation et de la recherche). La procédure d'harmonisation est réglée par le "protocole commun de résultats du 30.05.1972". Le programme d'études cadre se base en principe sur le diplôme de fin d'études secondaires et décrit les exigences minimales.

Le plan d'études cadre est divisé, pour les professions qui y sont rattachées, en une formation de base couvrant l'ensemble du champ professionnel et une formation spécialisée basée sur cette formation de base.

Sur la base du règlement de formation et du programme d'études cadre qui régissent les objectifs et les contenus de la formation professionnelle, la qualification finale est obtenue dans une profession de formation reconnue ainsi que - en liaison avec l'enseignement d'autres matières - le diplôme de l'école professionnelle. Les conditions essentielles sont ainsi créées pour un emploi qualifié ainsi que pour l'accès à la formation continue et au perfectionnement professionnel.

Le plan d'études cadre ne contient pas de dispositions méthodologiques pour l'enseignement. La pensée et l'action autonomes et responsables en tant qu'objectif général de la formation sont enseignées de préférence dans des formes d'enseignement où elles font partie du concept méthodologique global. Les méthodes qui favorisent directement la compétence d'action sont particulièrement appropriées et devraient donc être prises en compte de manière appropriée dans l'organisation de l'enseignement.

Les Länder reprennent directement le curriculum-cadre ou le transposent dans leurs propres programmes d'enseignement. Dans le second cas, ils veillent à ce que le résultat de la coordination professionnelle et temporelle avec le règlement de formation respectif, pris en compte dans le curriculum-cadre, soit maintenu.

Partie II : Mission éducative de l'école professionnelle

L'école professionnelle et les entreprises formatrices remplissent une mission éducative commune dans le cadre de la formation professionnelle en alternance.

L'école professionnelle est un lieu d'apprentissage à part entière. Elle travaille en tant que partenaire à part entière avec les autres acteurs de la formation professionnelle. Elle a pour mission de transmettre aux élèves des contenus d'apprentissage professionnels et généraux en tenant compte des exigences de la formation professionnelle.

L'école professionnelle a pour objectif de dispenser une formation professionnelle de base et spécialisée et d'élargir la formation générale acquise précédemment. Elle doit ainsi permettre aux élèves d'accomplir leurs tâches professionnelles et de participer à l'organisation du monde du travail et de la société en assumant leurs responsabilités sociales et écologiques. Elle se conforme aux dispositions des lois scolaires des Länder en vigueur pour ce type d'école. L'enseignement professionnel, en particulier, s'oriente en outre sur les moyens d'organisation professionnelle édictés de manière uniforme au niveau fédéral pour chaque profession de formation reconnue par l'Etat :

- Programme d'études cadre de la Conférence permanente des ministres et sénateurs de l'éducation des Länder (KMK)
- Règlements fédéraux relatifs à la formation en entreprise.

Selon l'accord-cadre sur l'école professionnelle (décision de la KMK du 12.03.2015), l'école professionnelle a pour objectif de

- de donner une aptitude professionnelle qui combine des compétences professionnelles avec des aptitudes générales de nature humaine et sociale ;
- développer la flexibilité professionnelle pour faire face à l'évolution des exigences du monde du travail et de la société, y compris dans la perspective de l'intégration européenne ;
- susciter la volonté de se former et de se perfectionner professionnellement ;
- encourager la capacité et la volonté d'agir de manière responsable dans la gestion de la vie individuelle et dans la vie publique.

Pour atteindre ces objectifs, l'école professionnelle doit

- orientent l'enseignement vers une pédagogie spécifique à leurs tâches, qui met l'accent sur l'action ;
- fournir des qualifications professionnelles et interprofessionnelles en tenant compte de la spécialisation professionnelle nécessaire ;
- garantir une offre de formation différenciée et flexible afin de répondre aux différentes capacités et aptitudes ainsi qu'aux exigences respectives du monde du travail et de la société ;
- soutenir et encourager pleinement, dans la mesure de leurs possibilités, les personnes handicapées et défavorisées ;
- attirer l'attention sur les menaces pour l'environnement et les risques d'accident liés à l'exercice de la profession et à la vie privée, et indiquer les possibilités de les éviter ou de les réduire.

L'école professionnelle doit en outre, dans le cadre de l'enseignement général et dans la mesure où cela est possible dans le cadre de l'enseignement professionnel, aborder des problèmes clés de notre époque tels que

- Travail et chômage,
- la coexistence pacifique des personnes, des peuples et des cultures dans un monde où l'identité culturelle est préservée,
- la préservation des bases naturelles de la vie, et
- Garantie des droits de l'homme

de l'entreprise.

Les objectifs mentionnés visent le développement de la compétence d'action. Celle-ci est comprise ici comme la volonté et la capacité de l'individu à se comporter de manière appropriée, réfléchie et responsable sur le plan individuel et social dans des situations sociales, professionnelles et privées.

La compétence d'action se développe dans les dimensions de la compétence professionnelle, de la compétence personnelle et de la compétence sociale.

Les compétences professionnelles désignent la volonté et la capacité de résoudre des tâches et des problèmes de manière ciblée, appropriée, méthodique et autonome, sur la base de connaissances et de compétences professionnelles, et d'en évaluer le résultat.

Les compétences personnelles désignent la volonté et la capacité, en tant que personnalité individuelle, de clarifier, de réfléchir et d'évaluer les chances de développement, les exigences et les restrictions dans la famille, la profession et la vie publique, de développer ses propres talents ainsi que de concevoir et de développer des projets de vie. Elle comprend des qualités personnelles telles que l'autonomie, l'esprit critique, la confiance en soi, la fiabilité, le sens des responsabilités et du devoir. Elle comprend également le développement de valeurs réfléchies et l'attachement autodéterminé à des valeurs.

La compétence sociale désigne la volonté et la capacité de vivre et d'organiser des relations sociales, d'appréhender et de comprendre les attentions et les tensions, ainsi que d'aborder et de communiquer avec les autres de manière rationnelle et responsable. Cela inclut notamment le développement de la responsabilité sociale et de la solidarité.

Les compétences méthodologiques et d'apprentissage résultent d'un développement équilibré de ces trois dimensions.

La compétence désigne le succès de l'apprentissage par rapport à l'apprenant individuel et sa capacité à agir de manière responsable dans des situations privées, professionnelles et sociales. Par contre, la qualification désigne le succès de l'apprentissage en termes de valorisation, c'est-à-dire du point de vue de la demande dans des situations privées, professionnelles et sociales (voir Conseil allemand de l'éducation, recommandations de la commission de l'éducation pour la réorganisation du niveau secondaire II).

Partie III : Principes didactiques

L'objectif de la formation professionnelle exige que l'enseignement soit axé sur une pédagogie adaptée aux tâches de l'école professionnelle, qui mette l'accent sur l'action et permette aux jeunes de planifier, d'exécuter et d'évaluer de manière autonome les tâches professionnelles dans le cadre de leur activité professionnelle.

L'apprentissage à l'école professionnelle s'effectue fondamentalement en relation avec l'action professionnelle concrète ainsi que par de multiples opérations intellectuelles, y compris la reproduction mentale des actions d'autrui. Cet apprentissage est surtout lié à la réflexion sur l'exécution de l'action (le plan d'action, le déroulement, les résultats). Cette pénétration fructueuse du travail professionnel crée les conditions nécessaires à l'apprentissage dans et à partir du travail. Pour le programme-cadre, cela signifie que la description des objectifs et le choix des contenus sont liés à la profession.

Sur la base des connaissances théoriques et didactiques de l'apprentissage, les points d'orientation suivants sont mentionnés dans une approche pragmatique pour la conception d'un enseignement orienté vers l'action :

- Les points de référence didactiques sont des situations significatives pour l'exercice de la profession (apprendre pour agir).
- Le point de départ de l'apprentissage est constitué par des actions, si possible réalisées par soi-même ou reproduites mentalement (apprentissage par l'action).
- Les actions doivent être planifiées, réalisées, contrôlées, éventuellement corrigées et finalement évaluées par les apprenants de manière aussi autonome que possible.
- Les actions doivent favoriser une appréhension globale de la réalité professionnelle, par exemple en intégrant les aspects techniques, de sécurité, économiques, juridiques, écologiques et sociaux.
- Les actions doivent être intégrées dans les expériences des apprenants et réfléchies en fonction de leur impact sur la société.
- Les actions doivent également inclure des processus sociaux, par exemple la déclaration d'intérêts ou la gestion de conflits.

L'enseignement orienté vers l'action est un concept didactique qui combine les structures des systèmes disciplinaires et d'action. Il peut être mis en œuvre par différentes méthodes d'enseignement.

L'offre d'enseignement de l'école professionnelle s'adresse à des jeunes et à des adultes qui se distinguent par leur formation préalable, leur contexte culturel et leurs expériences dans les entreprises de formation. L'école professionnelle ne peut remplir sa mission de formation que si elle tient compte de ces différences et si elle encourage les élèves - y compris les élèves défavorisés ou particulièrement doués - en fonction de leurs possibilités individuelles.

Partie IV : Remarques préliminaires relatives à la profession

Le présent programme d'études cadre pour les formations professionnelles d'employé(e) de commerce de détail et d'employé(e) de commerce de détail et de vendeur(euse) est en accord avec l'ordonnance relative aux formations professionnelles de vendeur(euse) et d'employé(e) de commerce de détail du 13 mars 2017 (BGBl. I, p. 458).¹

Le plan d'études cadre pour la formation professionnelle d'employé(e) de commerce dans le commerce de détail (décision de la KMK du 03.03.1987) est abrogé par le présent plan d'études cadre.

L'employé(e) de commerce de détail et le(la) vendeur(se) sont principalement actifs dans la vente de marchandises, offrent des conseils et des services à leurs clients et utilisent des systèmes de gestion des marchandises. Ils peuvent également s'occuper du service de caisse, de l'approvisionnement en marchandises, de la réception des marchandises, de la gestion des stocks, du marketing, de la gestion du personnel et des interactions entre le commerce en ligne et le commerce en magasin.

Les champs d'apprentissage et leurs objectifs s'orientent sur des champs d'action exemplaires. Ils doivent être mis en œuvre sur le plan didactique et méthodologique de manière à ce qu'ils conduisent à la compétence d'action professionnelle. Les formulations des objectifs décrivent le niveau de qualification à la fin du processus d'apprentissage. Complétées par les contenus, elles comprennent l'étendue minimale des compétences à transmettre.

Les formulations des objectifs mêlent des références professionnelles et des références à des systèmes d'action. Elles intègrent également l'utilisation des médias actuels, de la bureautique moderne et des logiciels professionnels de recherche et de traitement de l'information. Le programme-cadre prévoit au moins 80 heures de cours à cet effet. Les objectifs et contenus en langue étrangère sont intégrés à hauteur de 40 heures dans les champs d'apprentissage.

L'agencement des champs d'apprentissage suit l'idée de la division en deux professions de formation : employé(e) de commerce de détail et vendeur(euse). Les champs d'apprentissage de la première année de formation sont consacrés à la vente de marchandises et à l'orientation nécessaire vers le client. Les champs d'apprentissage de la deuxième année mettent l'accent sur les domaines d'action de soutien avec l'approvisionnement, le stockage, le traitement des données et reprennent ensuite l'orientation client. Les champs d'apprentissage de la troisième année de formation traitent de situations d'entreprise plus étendues, qui correspondent au profil de formation de l'employé(e) de commerce dans le commerce de détail.

Les connaissances nécessaires sur les marchandises dépendent de l'assortiment ainsi que de la forme d'exploitation et de vente. L'école professionnelle enseigne, à l'aide d'exemples de marchandises sélectionnées, les techniques d'acquisition de connaissances sur les marchandises et donc la capacité de se familiariser avec de nouveaux assortiments. En ce qui concerne le développement des compétences opérationnelles en comptabilité, le plan d'études cadre met systématiquement l'accent sur le passage de la fonction de documentation à la fonction de gestion et de contrôle.

Les dimensions de la durabilité - économie, écologie et social - s'étendent à tous les domaines d'action du commerce de détail et sont intégrées dans les champs d'apprentissage. Elles offrent de multiples occasions de faire référence à l'éthique économique et commerciale.

¹ Suite à la réorganisation du règlement de formation professionnelle dans le commerce de détail dans les métiers de vendeur/vendeuse et de commerçant/commerçante dans le commerce de détail du 16.02.2004 (BGBl. I p. 1806), le champ d'apprentissage 12 a été adapté dans le programme-cadre et des compléments mineurs ont été apportés dans les champs d'apprentissage 3, 5, 10 et 14.

Partie V : Champs d'apprentissage

Aperçu des champs d'apprentissage pour les professions de formation				
Employé(e) de commerce de détail, vendeur(euse)				
Champs d'apprentissage		Valeurs indicatives de temps en heures		
		1ère année	2ème année	3ème année
1	La société de vente au détail représente ren	80		
2	Mener des entretiens de vente orientés vers le client	80		
3	S'occuper des clients dans le domaine de service de la caisse	80		
4	Présenter les marchandises	40		
5	Faire de la publicité et promouvoir les ventes	40		
6	Se procurer des marchandises		60	
7	Réceptionner, stocker et entretenir les marchandises		60	
8	Saisir et contrôler les processus d'entreprise		60	
9	préparer des mesures de politique des prix et effectuer		40	
10	Gérer des situations de vente particulières		60	
11	Piloter les processus d'entreprise en vue de leur réussite			80
12	Gagner des clients avec des concepts de marketing et lier			80
13	Planifier l'affectation du personnel et gérer les collaborateurs			60
14	Gérer une entreprise de commerce de détail et développent			60
	Sommes (880 heures au total)	320	280	280

Champ d'apprentissage 1 :
commerce de détail
1ère année de formation
heures

L'entreprise de
Représenter la
Temps indicatif : 80

Formulation des objectifs :

Les élèves présentent l'entreprise de formation. Ils présentent les points forts et les domaines d'activité de leur entreprise de commerce de détail en vue de leurs possibilités d'activité et de développement professionnels. Ils expliquent les lignes directrices de l'entreprise, les objectifs économiques et écologiques ainsi que la responsabilité sociale globale de l'entreprise. Ils s'informent de manière autonome dans l'entreprise de formation et tiennent ces informations à jour. Ils développent des possibilités d'obtenir des informations accessibles sur d'autres entreprises. Ils évaluent la forme d'entreprise choisie en relation avec l'assortiment et la forme de vente et comparent ainsi leurs entreprises de formation. Ils décrivent l'organisation de leur entreprise et son intégration dans l'économie globale.

Lors de la réalisation de la présentation, ils travaillent de manière autonome en groupe et appliquent des méthodes de résolution de problèmes. Ils réfléchissent à l'interaction du personnel dans une entreprise de commerce de détail et étudient les réglementations, les tâches, les droits et les obligations des personnes impliquées dans le système dual de formation professionnelle. En tenant compte des négociations collectives dans le commerce de détail, les élèves évaluent l'importance des conventions collectives et le rôle des partenaires sociaux dans leur mise en place. Ils réfléchissent aux réglementations relatives à la cogestion. Ils reconnaissent la nécessité de la sécurité sociale et de la prévoyance privée en République fédérale d'Allemagne. Les élèves présentent et documentent les résultats de leur travail de manière structurée et orientée vers le destinataire en utilisant des médias appropriés. Ils assimilent l'orientation client comme modèle de leur action professionnelle.

Contenu :

Techniques de travail et
d'apprentissage cycle
économique simple
Tâches et structure du commerce de détail
Sécurité au travail et protection de
l'environnement Organisation de l'entreprise
et processus de travail Contrat de formation
Protection des jeunes au
travail Durabilité Techniques
de présentation

Champ d'apprentissage 2 :
orientés vers le client
formation
heures

Entretiens de vente
1ère année de
Temps indicatif : 80

Formulation des objectifs :

Les élèves mènent des entretiens de vente à la satisfaction des clients et de l'entreprise en utilisant des connaissances en matière de marchandises, de communication et de vente. Ils maîtrisent les éléments importants de la technique de communication et de vente ainsi que les techniques permettant d'acquérir des connaissances essentielles sur les marchandises. Ils les appliquent dans le cadre de jeux de rôles, en adoptant un comportement verbal et non verbal orienté vers le client. En cas de besoin, ils donnent des renseignements simples dans une langue étrangère en fonction de la situation. Lors de l'entretien de vente, ils utilisent leurs connaissances des marchandises pour développer des arguments de vente appropriés. Ils intègrent également les prestations de service de l'entreprise dans l'entretien de vente et réagissent de manière appropriée aux objections des clients. Ils soumettent des propositions alternatives dans le but de favoriser la décision d'achat et d'aboutir à un achat réussi. Les élèves établissent des listes de critères pour évaluer les situations de jeu et d'entraînement. Ils évaluent les situations de communication et de vente et donnent un feedback approprié. Comme outils, ils utilisent entre autres des techniques audio et vidéo.

Contenu :

Présentation des
marchandises - vente
consultative
rapport qualité-prix offres
complémentaires termes
techniques en langue étrangère
expressions typiques en langue étrangère

Champ d'apprentissage 3 :

**domaine de service de la caisse
formation
heures**

**Servir les clients dans le
1ère année de
Temps indicatif : 80**

Formulation des objectifs :

Les élèves effectuent des tâches dans le domaine des caisses et s'occupent des clients avec amabilité et attention.

Vous concluez des contrats de vente en respectant les règles juridiques et opérationnelles. Si nécessaire, vous attirez l'attention des clients sur l'utilisation des conditions générales de vente. Ils proposent au client des prestations de service à la caisse et soumettent des offres supplémentaires. Les élèves informent le client des modes de paiement habituels et de leurs avantages et inconvénients. Ce faisant, ils classent les modes de paiement en fonction de leur rentabilité pour l'entreprise. Les élèves effectuent des opérations de caisse en tenant compte des cartes de fidélité et des bons d'achat et utilisent la caisse conformément aux dispositions de l'entreprise. Ils établissent des quittances et des factures en respectant les dispositions relatives à la TVA. Ils effectuent des décomptes de caisse, établissent des rapports de caisse et les évaluent. Pour ce faire, ils utilisent des méthodes de calcul courantes et déjà connues. Ils utilisent le système de caisse comme instrument de saisie des données de vente dans le système de gestion des marchandises.

Contenu :

Capacité juridique et commerciale
Nullité et annulabilité Acte d'obligation
et d'exécution Liberté de contracter
Les signes de sécurité des billets de banque
Règle de trois, calcul de pourcentage et de
moyenne

Champ d'apprentissage 4 :	Présenter des marchandises 1ère année de formation Temps indicatif : 40 heures
Formulation des objectifs :	
<p>Les élèves placent et présentent les marchandises de manière adaptée aux clients, efficace pour la vente et judicieuse du point de vue de la gestion d'entreprise. Ils élaborent des critères pour une présentation attrayante des marchandises. Ils développent des concepts de présentation des marchandises, les présentent et les évaluent sur la base des critères élaborés.</p> <p>Les élèves tiennent compte des particularités de la forme de l'entreprise, de la forme de vente et de l'assortiment, des règles générales de présentation et de placement des marchandises et des connaissances en matière de psychologie de la vente.</p>	
Contenu :	
Aménagement du magasin merchandising visuel Études de parcours client Supports de marchandises Zones de rayonnage Identification des marchandises Étiquetage des prix Vitrines	

Champ d'apprentissage 5 :	Faire de la publicité et promouvoir les ventes 1ère année de formation Durée indicative : 40 heures
Formulation des objectifs : Les élèves élaborent un plan publicitaire. Ce faisant, ils expriment leurs propres valeurs et respectent celles des autres. Ils développent des mesures publicitaires en respectant les principes publicitaires et le cadre légal. Ils utilisent également des logiciels appropriés pour la conception et l'utilisation de moyens publicitaires. Ils évaluent l'utilisation de mesures publicitaires dans la vente quotidienne. Ils tiennent compte des limites économiques, juridiques et éthiques de la publicité et évaluent le succès publicitaire des mesures. Ils évaluent l'utilisation de différents types de publicité en fonction de leur impact sur les consommateurs. Les élèves esquissent et évaluent des mesures typiques de promotion des ventes. Ils intègrent les prestations de service comme moyen de fidélisation de la clientèle. Ils choisissent les matériaux d'emballage et les possibilités de livraison des marchandises selon des critères économiques et écologiques.	
Contenu : Supports publicitaires formes coopératives de publicité Publicité directe UWG Ordonnance sur les emballages Travail d'équipe	

Champ d'apprentissage 6 :

**Se procurer des
marchandises 2e année de formation
Temps indicatif : 60 heures**

Formulation des objectifs :

Les élèves achètent des marchandises en tenant compte des aspects économiques, juridiques et écologiques.

Ils planifient le processus d'approvisionnement sur la base des données de gestion des marchandises. Pour ce faire, ils déterminent les différentes sources d'approvisionnement, les conditions et les prix. Ils préparent et concluent des contrats d'achat à l'aide de différents moyens de communication. Lors de la décision d'achat, ils tiennent compte des aspects quantitatifs et qualitatifs. Pour ce faire, ils utilisent également des systèmes informatiques. Ils évaluent les données obtenues et présentent leurs résultats comme base de décision.

Contenu :

Planification des quantités, du
temps et des prix Formes de
coopération dans l'achat
Demande, offre, commande
Calcul des achats Comparaison
des offres Système de gestion des
marchandises

Champ d'apprentissage 7 : stocker et entretenir les marchandises	Réceptionner, 2e année de formation Temps indicatif : 60 heures
Formulation des objectifs : Les élèves contrôlent la réception des marchandises et veillent à ce qu'elles soient stockées correctement. Ils reconnaissent les manquements aux obligations du fournisseur, les documentent et prennent les mesures appropriées pour y remédier. Les élèves communiquent avec les fournisseurs en vue de résoudre les problèmes. Ils contrôlent les marchandises à l'aide de justificatifs et enregistrent les articles, notamment en utilisant un système informatique. Ils stockent la marchandise et respectent les principes de stockage importants dans le magasin de vente et/ou de réserve. Les élèves analysent des chiffres clés, effectuent des calculs de stocks, les évaluent et montrent des possibilités d'optimisation. Dans l'entrepôt et lors de la manipulation des emballages, ils tiennent compte des aspects économiques, juridiques et écologiques.	
Contenu : Défaut matériel Réclamation pour défaut Retard de livraison Stock minimum, point de commande Taux de rotation, durée de stockage Inventaire, inventaire Organisation du stockage Prescriptions de stockage et de transport, sécurité dans l'entrepôt Entretien des marchandises	

Champ d'apprentissage 8 :
processus d'entreprise
formation contrôler
heures

Saisir et gérer les
2ème année de
Temps indicatif : 60

Formulation des objectifs :

Les élèves saisissent les relations de l'entreprise avec les clients et les fournisseurs par le biais de flux d'informations, d'argent et de valeurs et procèdent à des évaluations. Ils traitent les justificatifs et documentent systématiquement les données résultant des processus d'entreprise en respectant les dispositions légales correspondantes. A l'aide de ces enregistrements, ils présentent la situation patrimoniale et financière de l'entreprise, déterminent le succès et discutent des principaux facteurs déterminant le succès d'une entreprise de commerce de détail.

Les élèves traitent statistiquement les données issues du compte de résultat afin de préparer les décisions de l'entreprise. Ils contrôlent les données saisies sur les marchandises, déterminent des chiffres clés et les évaluent en comparant les périodes et les entreprises. Pour ce faire, ils se servent de méthodes de calcul commerciales et utilisent des logiciels appropriés comme instrument de documentation et d'information.

Contenu :

Transactions Bilan

Compte de profits et pertes

Système de gestion des
marchandises Statistiques

Utilisation des marchandises, bénéfice brut, chiffres clés du chiffre d'affaires

Champ d'apprentissage 9 :
politique des prix
formation
heures

Préparer des mesures de
2ème année de
Temps indicatif : 40

Formulation des objectifs :

Les élèves préparent et mettent en œuvre des mesures de politique tarifaire du commerce de détail. Ils organisent leur apprentissage de manière autonome et responsable et utilisent des logiciels appropriés. Les élèves travaillent ensemble de manière efficace et coopérative. Ils connaissent l'importance du prix de vente en tant qu'instrument de la politique de vente. Ils intègrent la politique des prix dans les objectifs de leur entreprise formatrice. Ils déterminent les influences internes et externes à l'entreprise sur les prix. Ils distinguent les prix orientés vers les coûts, vers la demande et vers la concurrence. Les élèves calculent les prix et utilisent des méthodes de calcul abrégées. Ils évaluent différentes stratégies de prix. Ils décrivent les raisons des différents comportements de la demande, en tenant compte des changements sociaux/économiques.

Contenu :

Ordonnance sur les
indications de prix Calcul en
amont Calcul en aval Facteur
de calcul
Supplément de prix, réduction de prix
Marge commerciale

**Champ d'apprentissage 10 :
particulières
de formation
heures**

**Situations de vente
Gérer la 2e année
Temps indicatif : 60**

Formulation des objectifs :

En se basant sur la philosophie de l'entreprise, les élèves agissent de manière appropriée à la situation et au métier dans les cas particuliers de la vente.

Dans différentes situations, ils réagissent de manière appropriée au comportement de leurs clients. Pour ce faire, ils utilisent de manière ciblée des moyens d'expression verbaux et non verbaux. Les élèves conseillent de manière professionnelle, le cas échéant en utilisant des connaissances en langues étrangères et des moyens techniques. En particulier lors de l'échange et de la réclamation de marchandises, les élèves agissent dans l'intérêt de l'entreprise et des clients, tout en respectant les règles juridiques et celles de l'entreprise. Dans la situation de conseil, ils reconnaissent les conflits possibles, gèrent les situations de stress et contribuent à leur résolution par un comportement adapté à la situation. Les élèves répondent aux exigences individuelles de leurs clients.

Contenu :

Comportement des clients
Vendre en période
d'affluence Clients
accompagnés
Vendre juste avant la fermeture du
magasin Achat de cadeaux et de courses
Garantie, responsabilité du fait des
produits Satisfaction
Vol à l'étalage Troubles de la
vente Achat de financement
Comportement de résolution
de conflits

Champ d'apprentissage 11 :
commerciaux vers la réussite
formation piloter
heures

Orienter les processus
3ème année de
Temps indicatif : 80

Formulation des objectifs :

Les élèves analysent les processus commerciaux de l'entreprise de commerce de détail et utilisent des instruments pour améliorer le succès de l'entreprise. Ils saisissent les mouvements de marchandises de l'entreprise de commerce de détail. Ils préparent les décisions relatives à la gestion des immobilisations et évaluent le rendement de l'entreprise. Les élèves analysent la structure des coûts des entreprises de commerce de détail et imputent des coûts aux différents secteurs de l'entreprise. Ils expliquent aux décideurs les mesures économiques individuelles visant à réduire les coûts et établissent le lien avec les répercussions au niveau de l'économie globale. Les élèves utilisent le calcul des marges bénéficiaires pour fixer les prix de vente et optimiser l'assortiment en fonction des résultats. Ce faisant, ils tiennent compte du point de vue du calcul mixte. Ils déterminent le résultat à court terme de l'entreprise et soumettent des propositions pour augmenter la rentabilité. Les élèves calculent des chiffres clés à l'aide de données provenant de différents systèmes d'information et les utilisent pour des comparaisons et des évaluations de la situation. Ils préparent des statistiques sous forme de graphiques, interprètent les informations et en déduisent des mesures possibles pour optimiser les processus de l'entreprise. Pour ce faire, ils utilisent des logiciels appropriés.

Contenu :

Achat de marchandises,
vente de marchandises
Taxe sur le chiffre d'affaires
Amortissements
Types de coûts, centres de coûts, calcul de la répartition des coûts externes
Calcul a posteriori
Chiffres clés de la rentabilité, rentabilité du système de gestion des marchandises
Effets sur le circuit économique simple

Champ d'apprentissage 12 : marketing pour attirer des clients formation acquérir et fidéliser heures	Utiliser des concepts de 3ème année de Temps indicatif : 80
Formulation des objectifs : Les élèves considèrent le marketing comme une tâche centrale de l'entreprise afin d'acquérir et de développer une position sur le marché. Les élèves s'informent sur les relations publiques de leur entreprise et évaluent leur efficacité. Les élèves utilisent des systèmes informatiques pour collecter et analyser des informations sur le marché et des données sur les clients. Ils évaluent la position de leur entreprise sur le marché par rapport aux concurrents dans le commerce stationnaire et le commerce en ligne. Ils analysent les catalogues de produits et les évaluations des clients, y compris dans les portails de comparaison de prix, les plates-formes commerciales électroniques et les boutiques en ligne. Ils analysent les instruments de la politique de vente et développent des concepts pour réaliser les objectifs de marketing existants. Ils tiennent compte des conditions économiques générales et des interactions entre le commerce en ligne et le commerce stationnaire. Ils développent des plans de travail et des calendriers pour les concepts de marketing, définissent les responsabilités et documentent les progrès du travail. Ils présentent et réfléchissent aux résultats de leur travail. Les élèves comprennent les besoins de service spécifiques aux produits et aux clients comme une approche importante pour créer et maintenir une position unique sur le marché. Ils présentent les concepts de service de leur entreprise de formation et analysent les difficultés de leur mise en œuvre. Les élèves développent et justifient d'autres mesures de politique de service afin de renforcer la fidélisation de la clientèle. Ils se penchent également sur la gestion des réclamations. Ils évaluent, à l'aide d'exemples choisis, les boutiques en ligne et les plateformes commerciales en ligne. Ils utilisent des instruments de marketing en ligne et tiennent compte des prescriptions légales.	
Contenu : Mix marketing Gestion de la relation client (Customer Relationship Management) Stratégie multi-canal	

Champ d'apprentissage 13 :
personnel et des collaborateurs
formation
heures

Planifier l'affectation du
3ème année de
Temps indicatif : 60

Formulation des objectifs :

Les élèves exécutent des tâches et des activités de gestion du personnel d'une entreprise de commerce de détail en tenant compte des objectifs de gestion du personnel. Ils sont conscients des différents intérêts de toutes les parties concernées. Afin de garantir la performance de l'entreprise, ils analysent l'effectif et la structure du personnel et participent à l'évaluation des besoins en personnel et à la planification de l'affectation du personnel. Lors du recrutement interne et externe, ils utilisent différents instruments et établissent des critères de sélection des candidats. Ils reconnaissent l'importance des contrats de travail pour la relation de travail et sa fin. Les élèves établissent des bulletins de paie.

Les élèves connaissent différentes possibilités de motivation des collaborateurs et les utilisent pour encourager le comportement au travail et la volonté de performance des collaborateurs.

Contenu :

Conduite d'entretiens

Gestion des conflits

Développement du
personnel Protection
des données

Établissement, suivi et fin des relations de travail

Champ d'apprentissage 14 : commerce de détail formation et développer heures	Gérer une entreprise de 3ème année de Temps indicatif : 60
Formulation des objectifs : Les élèves pensent et agissent dans un contexte entrepreneurial. Ils explorent et élaborent des compétences de direction, également en vue de leur perspective professionnelle personnelle. Ils participent à la direction d'une entreprise et élaborent des concepts pour le développement futur de l'entreprise. Ils présentent différentes formes d'entreprises et les évaluent. Les élèves choisissent des possibilités de financement appropriées. Ils distinguent les types de crédit et décrivent les garanties de crédit à titre d'exemple. Pour assurer la liquidité, ils surveillent les entrées de paiement et prennent des mesures en cas de retard de paiement.	
Contenu : Société, registre du commerce Entreprise individuelle, société en commandite, société à responsabilité limitée, coopérative, société en nom collectif Franchise Crédit fournisseur, crédit en compte courant, prêt Réserve de propriété simple, cautionnement, transfert de propriété à titre de garantie Relance judiciaire Insolvabilité	

Liste des correspondances

entre

**le programme d'études cadre pour l'école
professionnelle et le programme cadre de
formation pour l'entreprise**

**dans les métiers de formation d'employé(e) de commerce de détail et
de vendeur(euse)**

La liste des correspondances documente l'harmonisation des contenus d'apprentissage entre les lieux de formation que sont l'école professionnelle et l'entreprise formatrice.

La formation professionnelle en alternance se caractérise par le fait que les apprentis acquièrent leurs compétences dans les deux lieux de formation que sont l'école professionnelle et l'entreprise. Il existe différentes dispositions légales à ce sujet :

- Le programme d'enseignement à l'école professionnelle est basé sur le programme-cadre de la Conférence des ministres de l'éducation.
- L'apprentissage en entreprise se fait sur la base du plan cadre de formation, qui fait partie intégrante du règlement de formation.

Les deux plans ont été élaborés dans le cadre d'une procédure de concertation entre le gouvernement fédéral et la Conférence des ministres de l'éducation et des affaires culturelles pour l'harmonisation des règlements de formation et des programmes d'études cadres dans le domaine de la formation professionnelle ("Gemeinsames Ergebnisprotokoll") par des enseignants et des formateurs compétents en concertation permanente.

Dans la liste des correspondances ci-dessous, les champs d'apprentissage du plan d'études cadre sont associés aux positions du plan d'études cadre de formation de manière à mettre en évidence la coordination temporelle et matérielle. Elle peut donc être un outil pour améliorer et intensifier la co-opération des lieux de formation sur place.

BIBB : Annen, AB 4.2/

KMK : Päßler ; RLP-A : Schuster

Liste des correspondances
entre le plan de formation cadre et le programme d'études
cadre

des formations professionnelles

de vendeur et de vendeuse ainsi que
d'employé(e) de commerce de détail/
d'employée de commerce dans le commerce de
détail

Situation au 21 juillet 2016

Programme-cadre de formation Mise à jour : 21.07.2016					Plan d'études cadre Mise à jour : 21.07.2016				
Poste de formation professionnelle	Année de formation				Année scolaire				Champs d'apprentissage
	1	2	3	4	1	2	3	4	
Section A : Compétences, connaissances et aptitudes liées au profil professionnel dans les unités de qualification obligatoires									
1. Biens et services offerts par l'établissement entreprise de formation	X				X	X			1,2,3,4,5,7
a) orienter les clients sur l'assortiment de produits de l'entreprise	X				X	X			1,2,4,7
b) structurer les secteurs de marchandises pour lesquels une formation est dispensée en groupes de marchandises comprenant différents articles et variétés et les classer dans l'assortiment de l'entreprise.	X				X	X			1,2,4,7
c) utiliser des sources d'information pour acquérir des connaissances sur les marchandises	X				X	X			1,2,4,7
d) informer les clients sur les caractéristiques et les possibilités d'utilisation des produits d'au moins un des secteurs dans lesquels la formation est dispensée, en tenant compte des aspects de durabilité	X				X	X			1,2,3,4
e) informer les clients sur les services offerts par l'entreprise	X				X				1,2,4,5,7
f) utiliser les étiquettes des marchandises, les termes techniques et les désignations commerciales usuelles, y compris celles en langue étrangère, pour les marchandises et les services					X	X			1,2,3,4,
2. Présentation des marchandises et mesures publicitaires		X			X	X			2,3,4,5,9

a) Elaborer et mettre en œuvre des concepts pour une présentation attrayante des marchandises, en tenant compte de la forme de l'entreprise, de la vente et de l'entrepôt, de l'assortiment et des groupes cibles, des règles générales de présentation et d'emplacement des marchandises ainsi que des connaissances en matière de psychologie de la vente.		X			X				2,3,4,5
b) Places offertes selon ab-		X			X				2,3,4,5

12

2

Choisir des produits en fonction de leur potentiel de vente, les placer en utilisant les moyens de décoration usuels et les présenter de manière à favoriser la vente.								
c) procéder à des modifications de prix dans le cadre de l'exploitation et des prescriptions légales		X			X	X		2,3,4,5,9
d) utiliser des moyens et des supports publicitaires en tenant compte du cadre légal et des directives de l'entreprise		X			X			2,3,4,5
e) informer les clients des activités promotionnelles		X			X			2,3,4,5
f) planifier, réaliser et évaluer des observations de la concurrence, proposer des améliorations pour sa propre entreprise		X			X	X		2,4,5,9
g) élaborer, justifier et mettre en œuvre des propositions d'amélioration de la présentation des marchandises		X			X			4,5
3. Calcul des prix		X				X		4,6,7,8,9
a) effectuer des calculs pour l'achat et le calcul des prix		X				X		6,9
b) dans le cadre des conditions d'exploitation et des conditions légales, procéder à la remise des prix		X				X		4,7
c) tenir compte des possibilités de fixation des prix lors du calcul des coûts		X				X		6,9
d) développer des propositions de modification des prix et évaluer les conséquences des modifications de prix sur les ventes, le chiffre d'affaires et les bénéfices		X				X		6,8,9
4. Contrôle des stocks de marchandises		X				X		6,7,8,10
a) saisir les mouvements de marchandises dans le système de gestion des marchandises, à l'article près et en temps utile, en utilisant les systèmes d'information et en respectant les exigences de sécurité.		X				X		

b) participent à la gestion des stocks et des ventes en utilisant le système économique des marchandises		X				X			6,7
--	--	---	--	--	--	---	--	--	-----

c) vérifier les pièces justificatives et prendre les mesures qui s'imposent en cas d'incohérence		X				X			6,7,8
d) contrôler la quantité et la qualité des stocks de marchandises		X				X			6,7,8
e) participer à la préparation et à la réalisation d'inventaires, en respectant les dispositions légales et en utilisant des moyens de travail et d'organisation		X				X			7,8
f) prendre des mesures pour éviter les écarts d'inventaire		X				X			7,8,10
g) prendre les mesures d'usage dans l'entreprise en cas de diminution des stocks, notamment en raison de bris, de détérioration, de pertes et de vols		X				X			4,7,8,10
5. Réception et stockage des marchandises		X				X			7
a) contrôler la quantité de marchandises et vérifier que l'emballage n'est pas endommagé lors du transport et, si nécessaire, prendre les mesures d'exploitation habituelles		X				X			7
b) contrôler les justificatifs de marchandises et les documents de transport en tenant compte des directives de l'entreprise		X				X			7
c) stocker et entretenir les marchandises de manière appropriée		X				X			7
d) Utiliser et entretenir les moyens auxiliaires pour le déplacement des marchandises en tenant compte des exigences ergonomiques.		X				X			7
e) respecter les principes de stockage, effectuer des contrôles de stock		X				X			7
f) évaluer les indices de stockage et en déduire les possibilités d'optimisation		X				X			7
g) tenir compte des exigences économiques et écologiques lors du stockage et de la manipulation des emballages, en particulier en utilisant l'énergie avec parcimonie.		X				X			7

6. Vendre des marchandises	X				X	X			1,2,3,10
a) répondre aux clients avec amabilité en donnant la priorité aux autres travaux et de l'aide,	X				X	X			2,3,10

utiliser des formes de communication verbale et non verbale et réagir au comportement du client de manière adaptée à la situation								
b) déterminer les souhaits des clients dans le cadre d'entretiens d'information, de conseil et de vente en utilisant des techniques de questionnement et de conduite d'entretiens, soumettre des offres et réagir aux objections et arguments des clients de manière à promouvoir la vente	X				X	X		2,3,10
c) utiliser ses connaissances sur les marchandises lors d'entretiens avec des clients	X				X	X		2,10
d) proposer des articles et des services complémentaires, de remplacement et supplémentaires et encourager la décision d'achat	X				X	X		2,10
e) vendre des marchandises en fonction des clients et des prestations de service, en tenant compte de la forme de l'entreprise et de la vente et en respectant les prescriptions légales, et contribuer ainsi à la fidélisation de la clientèle	X				X	X		1,2,3,10
f) répondre de manière appropriée aux plaintes, aux réclamations et aux demandes d'échange, tenir compte des règles de l'entreprise lors de leur traitement et contribuer à la résolution appropriée des conflits	X				X	X		2,3,10
g) réfléchir à son propre comportement de vente, l'évaluer et l'améliorer	X				X	X		2,10
7. Domaine de service Caisse	X				X			3
a) préparer et utiliser la caisse en respectant les instructions de caisse de l'entreprise	X				X			3
b) évaluer la zone de caisse d'un point de vue ergonomique et adapter son comportement en conséquence.	X				X			3

c)traiter les paiements en espèces et les paiements scripturaux, en tenant compte des réductions de prix et en prenant des précautions lors de l'acceptation des moyens de paiement	X				X				3
d) établir les justificatifs d'achat ; et	X				X				3

Gérer les échanges et les réclamations du point de vue de la caisse								
e) communiquer avec les clients de manière orientée vers le service lors de l'activité de caisse, gérer les situations de stress à la caisse.	X				X			3
f) effectuer le décompte de caisse, établir le rapport de caisse, transmettre les recettes et les justificatifs et déterminer les causes des différences de caisse	X				X			3
Section B : aptitudes, connaissances et compétences liées au profil professionnel dans les qualifications optionnelles ; l'une d'entre elles doit être mentionnée dans le contrat de formation :								
8. Assurer la présence d'armes		X			X	X		3,6,7,8
a) contrôler les marchandises entrantes en tenant compte des prescriptions légales et des directives de l'entreprise, les enregistrer dans le système d'information de l'entreprise et prendre les mesures habituelles en cas de divergences		X				X		7,8
b) documenter les défauts visibles lors de la réception des marchandises en respectant les dispositions légales et les usages de l'entreprise lors de la réception des marchandises		X				X		7
c) enregistrer les réclamations, en particulier les ruptures, les détériorations et les pertes, et coordonner et mettre en œuvre les mesures appropriées avec les fournisseurs internes et externes		X				X		6,7
d) déterminer les stocks optimaux, analyser les effets de stocks trop élevés ou trop bas et faire des propositions d'optimisation des stocks.		X				X		7
e) gérer et contrôler le flux des marchandises à l'aide du système de gestion des marchandises.		X			X	X		3,6,7,8
f) contrôler la disponibilité de l'offre de marchandises en tenant compte des facteurs saisonniers, de la demande, de l'offre et de la demande, ainsi que des particularités régionales, et prendre les mesures appropriées en cas de besoin		X				X		6,7,8

g) mettre en œuvre des mesures de gestion de la qualité dans le cadre de la gestion des stocks		X				X			7
9. Conseils aux clients		X				X	X		2,3,8,10
a) mener des entretiens de vente et de conseil de manière efficace, en appliquant des connaissances approfondies d'un secteur des marchandises comprenant au moins deux groupes de marchandises		X				X	X		2,10
b) Informer les clients sur les caractéristiques de qualité et de prix ainsi que sur les caractéristiques de durabilité et sur les possibilités d'utilisation des articles et des variétés.		X				X	X		2,10
c) mettre en évidence les différences entre les marques de fabricants et les marques de distributeurs dans le cadre d'un entretien de vente et de conseil		X				X	X		2,10
d) mettre en évidence l'importance des labels de qualité dans les entretiens de vente et de conseil		X				X	X		2,10
e) observer les tendances et les évolutions actuelles et les utiliser comme argument de vente		X				X	X		2,10
f) déterminer les motifs d'achat et les souhaits des clients en les observant, en les écoutant activement et en leur posant des questions, et en tenir compte dans les entretiens de vente et de conseil		X				X	X		2,10
g) distinguer les typologies de clients et les modèles de comportement et utiliser ces connaissances pour promouvoir la vente lors d'entretiens individuels de vente et de conseil		X				X	X		2,10
h) déterminer les causes de conflits, gérer les situations émotionnelles et de stress dans la vente et appliquer des stratégies d'action pour faire face aux clients difficiles.		X				X	X		2,10

i) traiter les cas particuliers de vente en appliquant les règles juridiques et opérationnelles		X				X			10
j) l'importance de la réussite de la		X			X	X			2,8,10

de vente en termes de chiffre d'affaires, de rendement, de satisfaction et de fidélisation de la clientèle, en tenant compte de la nécessité de travailler en équipe.								
k) traiter les échanges, les plaintes et les réclamations, en agissant de manière orientée vers le client et en respectant les directives légales et celles de l'entreprise		X			X	X		2,3,10
10. données du système de caisse et service à la clientèle		X			X	X		3,8
a) aborder les clients à la caisse de manière adaptée à la situation		X			X			3
b) offrir des services aux clients lors du passage en caisse		X			X			3
c) exécuter les opérations de caisse conformément au système et tenir compte de l'importance de la caisse pour la gestion du flux de données et de marchandises.		X			X	X		3,8
d) évaluer les rapports de caisse, notamment en ce qui concerne les articles, les moyens de paiement, l'utilisation du personnel et les mesures de promotion des ventes		X			X	X		3,8
e) traiter les échanges, les plaintes et les réclamations, en étant orienté vers le client et en respectant les directives légales et de l'entreprise.		X			X			3
f) préparer le transport de fonds sur la base du décompte de caisse et assurer la disponibilité de la monnaie		X			X			3
g) en cas de dysfonctionnement du système de caisse, prendre les mesures nécessaires pour sauvegarder les données et rétablir son fonctionnement		X			X			3
11. publicité et promotion		X			X	X		2,3,5,9
a) évaluer les relations entre les moyens et les supports publicitaires		X			X			5

b) évaluer les coûts et les résultats de la publicité		X			X				5
---	--	---	--	--	---	--	--	--	---

c) choisir et utiliser les moyens et supports publicitaires en fonction des objectifs et des coûts		X			X				5
d) évaluer les effets des mesures de politique des prix et formuler des propositions		X			X	X			5,9
e) mettre en œuvre des mesures de promotion visuelle des ventes et tenir compte des attentes des clients		X			X				4,5
f) s'adresser aux différents sens lors de la présentation des marchandises et tenir compte des aspects psychologiques de la vente		X			X				4,5
g) utiliser les mesures du service à la clientèle pour favoriser le succès des ventes		X			X				2,5
h) planifier, mettre en œuvre et évaluer les actions visant à fidéliser la clientèle		X			X				2,3,5
i) Effectuer des contrôles de l'efficacité de la publicité et en déduire des propositions d'amélioration.		X							5
Section C : compétences, connaissances et aptitudes transversales à enseigner de manière intégrée :									
12. formation professionnelle, législation du travail et sociale	X				X				1
a) présenter les principaux contenus et éléments du contrat d'apprentissage, déterminer les droits et obligations découlant du contrat d'apprentissage et décrire les tâches des parties prenantes dans le système dual	X				X				1
b) comparer le plan de formation de l'entreprise avec le règlement de formation	X				X				1
c) respecter le droit du travail, le droit social et le droit de codécision, ainsi que les conventions collectives et les réglementations sur le temps de travail en vigueur dans le secteur d'activité concerné	X				X				1
d) expliquer les positions de son propre décompte de salaire	X				X				1

e) justifier les chances et les exigences de l'apprentissage tout au long de la vie pour le développement professionnel et personnel, et expliquer les raisons d'un tel apprentissage. compétences acquises.	X				X				1
--	---	--	--	--	---	--	--	--	---

développer									
f) utiliser des techniques d'apprentissage et de travail ainsi que des méthodes d'apprentissage autodirigé et utiliser des sources d'information pertinentes pour la profession	X				X				1
g) présenter les possibilités de promotion et de développement professionnel	X				X				1
13. importance et structure du commerce de détail et de l'entreprise formatrice	X				X				1,4
a) expliquer la fonction du commerce de détail pour l'ensemble de l'économie et de la société	X				X				1
b) expliquer la forme juridique et la structure organisationnelle de l'entreprise formatrice, ses tâches et ses responsabilités, ainsi que les relations entre les processus d'affaires	X				X				1
c) évaluer l'influence de l'emplacement, de la forme de l'entreprise et de la vente, des canaux de distribution, de l'assortiment et des prix ainsi que de l'aménagement de l'espace de vente sur la position de l'entreprise formatrice sur le marché	X				X				1,4
14. information et communication	X				X	X			1,2,3,5,6,7,8,10
a) participer à la collaboration au sein de l'entreprise dans le respect, l'estime et la confiance au sein de l'équipe	X				X	X			1,2,3,5,6,7,8,10
b) justifier la nécessité d'une planification du personnel dans l'entreprise et contribuer à sa mise en œuvre	X				X				1,2,3,10
c) donner et accepter un feedback approprié	X				X	X			1,2,5,6,7,8,10
d) identifier les causes des conflits et des problèmes de communication et contribuer à leur résolution	X				X	X			1,2,3,5,6,7,8,10
e) utiliser des systèmes d'information et de communication	X				X	X			1,2,3,5,6,7,8

f) saisir, sauvegarder et gérer les données selon les procédures habituelles de l'entreprise, protection des données et la sécurité des données	X				X	X			3,7,8,9,10
---	---	--	--	--	---	---	--	--	------------

ten								
15) Sécurité et protection de la santé au travail	X	X			X			1
a) identifier les risques pour la sécurité et la santé sur le lieu de travail et prendre des mesures pour les éviter	X	X			X			1
b) appliquer les règles de protection du travail et de prévention des accidents en rapport avec la profession	X	X			X			1
c) décrire les comportements à adopter en cas d'accident et prendre les premières mesures.	X	X			X			1
d) appliquer les prescriptions en matière de prévention des incendies, décrire les comportements à adopter en cas d'incendie et prendre des mesures pour le combattre	X	X			X			1
16. protection de l'environnement Pour éviter les nuisances environnementales liées à l'exploitation dans la zone d'influence professionnelle lors de notamment	X	X			X	X		1,2,4,5,6,7
a) expliquer, à l'aide d'exemples, les éventuelles atteintes à l'environnement causées par l'entreprise formatrice et sa contribution à la protection de l'environnement.	X	X			X	X		1,2,5,6,7
b) appliquer les règles de protection de l'environnement en vigueur dans l'entreprise de formation	X	X			X	X		1,2,5,6,7
c) utiliser les possibilités d'utilisation économique et écologique de l'énergie et des matériaux	X	X			X	X		1,2,4,5,6,7
d) éviter de produire des déchets et éliminer les substances et les matériaux d'une manière respectueuse de l'environnement	X	X			X	X		1,4,5,6,7

Employé(e) de commerce dans le commerce de détail

Section A : Compétences, connaissances et aptitudes transversales à la qualification optionnelle et au profil professionnel								
1. l'offre de biens et de services de l'organisme de formation	X				X		X	1,2,4,6,7,12
a) orienter les clients sur l'assortiment de produits de l'entreprise	X				X		X	1,2,4,6,12
b) structurer les secteurs de marchandises pour lesquels une formation est dispensée en groupes de marchandises comprenant différents articles et variétés et les classer dans l'assortiment de l'entreprise.	X				X		X	1,2,4,6,12
c) utiliser des sources d'information pour acquérir des connaissances sur les marchandises	X				X			1,2,4
d) informer les clients sur les caractéristiques et les possibilités d'utilisation des produits d'au moins un des secteurs dans lesquels la formation est dispensée, en tenant compte des aspects de durabilité	X				X			1,2,4
e) informer les clients sur les services offerts par l'entreprise	X				X			1,2,4
f) utiliser les étiquettes des marchandises, les termes techniques et les désignations commerciales usuelles, y compris celles en langue étrangère, pour les marchandises et les services	X				X			1,2,4,6,7
2. Présentation des produits et mesures publicitaires		X			X	X	X	2,3,4,5,9,12
a) élaborer et mettre en œuvre des concepts pour une présentation attrayante des marchandises, en tenant compte de la forme de l'entreprise, de la vente et de l'entrepôt, de l'assortiment et des groupes cibles, des règles générales de présentation des marchandises, de l'emplacement des marchandises ainsi que des connaissances en matière de psychologie de vente		X			X		X	4,5,12

b) Choisir des lieux d'offre en fonction de points de vue favorisant la vente et placer les marchandises en utilisant les moyens de décoration usuels dans l'entreprise et les présenter de manière à favoriser la vente.		X			X				4,5
---	--	---	--	--	---	--	--	--	-----

c) procéder à des modifications de prix dans le cadre des directives opérationnelles et légales		X			X	X	X		2,3,4,5,9,12
d) utiliser des moyens et des supports publicitaires en tenant compte du cadre légal et des directives de l'entreprise		X			X				4,5
e) informer les clients des activités promotionnelles		X			X		X		4,5,12
f) planifier, réaliser et évaluer des observations de la concurrence, proposer des améliorations pour sa propre entreprise		X			X	X	X		4,9,12
g) élaborer, justifier et mettre en œuvre des propositions d'amélioration de la présentation des marchandises		X			X		X		4,5,12
3. Calcul des prix		X			X	X			4,6,7,8,9
a) effectuer des calculs pour l'achat et le calcul des prix		X				X			6,9
b) dans le cadre des conditions d'exploitation et des conditions légales, procéder à la remise des prix		X			X	X			4,7,9
c) Possibilités de fixation des prix lors du calcul des coûts tiennent compte		X				X			9
d) élaborer des propositions de modification des prix et évaluer les conséquences des modifications de prix sur les ventes, le chiffre d'affaires et la rentabilité. Évaluer le rendement		X				X			8,9
4. Contrôle des stocks de marchandises		X				X			7,8,10
a) saisir les mouvements de marchandises dans le système de gestion des marchandises, à l'article près et en temps utile, en utilisant les systèmes d'information et en respectant les exigences de sécurité.		X				X			7,8
b) participent à la gestion des stocks et des ventes en utilisant le système économique des marchandises		X				X			7,8
c) vérifier les pièces justificatives et prendre les mesures qui s'imposent en cas d'incohérence		X				X			7,8

d) contrôler la quantité et la qualité des stocks de marchandises		X				X			7,8
---	--	---	--	--	--	---	--	--	-----

e) participer à la préparation et à la réalisation d'inventaires, en respectant les dispositions légales et en utilisant des moyens de travail et d'organisation		X				X			7,8
f)prendre des mesures pour éviter les écarts d'inventaire		X				X			7,8
g) prendre les mesures d'usage dans l'entreprise en cas de diminution des stocks, notamment en raison de bris, de détérioration, de perte ou de vol		X				X			4,7,8,10
5. Réception et stockage des marchandises		X				X			7
a) contrôler la quantité de marchandises et vérifier que l'emballage n'est pas endommagé lors du transport et, si nécessaire, prendre les mesures d'exploitation habituelles		X				X			7
b) contrôler les justificatifs de marchandises et les documents de transport en tenant compte des directives de l'entreprise		X				X			7
c)stocker et entretenir les marchandises de manière appropriée		X				X			7
d) Utiliser et entretenir les moyens auxiliaires pour le déplacement des marchandises en tenant compte des exigences ergonomiques.		X				X			7
e) respecter les principes de stockage, effectuer des contrôles de stock		X				X			7
f)évaluer les indices de stockage et en déduire les possibilités d'optimisation		X				X			7
g) tenir compte des exigences économiques et écologiques lors du stockage et de la manipulation des emballages, en particulier en utilisant l'énergie avec parcimonie.		X				X			7
6. Vendre des marchandises	X					X	X		1,2,3,10,13

a) répondre aux clients de manière aimable et serviable, en donnant la priorité aux autres travaux, en utilisant des formes de communication verbale et non verbale et en réagissant au comportement des clients de manière adaptée à la situation	X				X	X			2,10
b) les souhaits des clients en	X				X	X			2,10

Déterminer des entretiens d'information, de conseil et de vente en utilisant des techniques de questionnement et de conduite d'entretien, soumettre des offres et réagir aux objections et aux arguments des clients de manière à promouvoir la vente.									
c) utiliser ses connaissances sur les marchandises lors d'entretiens avec des clients	X				X	X			2,10
d) proposer des articles et des services complémentaires, de remplacement et supplémentaires et encourager la décision d'achat	X				X	X			2,10
e) vendre des marchandises en fonction des clients et des prestations de service, en tenant compte de la forme de l'entreprise et de la vente et en respectant les prescriptions légales, et contribuer ainsi à la fidélisation de la clientèle	X				X	X			2,10
f) répondre de manière appropriée aux plaintes, aux réclamations et aux demandes d'échange, tenir compte des règles de l'entreprise lors de leur traitement et contribuer à la résolution appropriée des conflits	X				X	X			2,3,10
g) réfléchir à son propre comportement de vente, l'évaluer et l'améliorer	X				X	X	X		2,10,13
7. Domaine de service Caisse	X					X			3
a) préparer et utiliser la caisse en respectant les instructions de caisse de l'entreprise	X					X			3
b) évaluer la zone de caisse d'un point de vue ergonomique et adapter son comportement en conséquence.	X					X			3
c) traiter les paiements en espèces et les paiements scripturaux, en tenant compte des réductions de prix et en prenant des précautions lors de l'acceptation des moyens de paiement	X					X			3

d) établir les justificatifs d'achat et traiter les échanges et les réclamations du point de vue de la technique de caisse	X					X			3
e) communiquer avec les clients de manière orientée vers le service dans le cadre de l'activité de caisse, gérer les situations de stress. ations à la caisse	X					X			3

à la recherche d'une solution								
f) effectuer le décompte de caisse, établir le rapport de caisse, transmettre les recettes et les justificatifs et déterminer les causes des différences de caisse	X					X		3
8. Processus de vente au détail			X		X	X	X	1,2,3,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14
a) présenter l'organisation, les prestations et les tâches le long de la chaîne de valeur ajoutée de l'entreprise formatrice employé			X		X	X	X	1,8,11
b) situer les processus clés du commerce de détail - achat, conception de l'assortiment, processus logistiques et vente - dans la chaîne de création de valeur, justifier les interactions, évaluer les relations et les interfaces, identifier les points faibles et les sources d'erreur et proposer des améliorations pour la conception des processus. Proposer une solution			X		X	X	X	1,8,11
c) justifier, du point de vue de la vente, les possibilités d'optimisation des interfaces avec les fournisseurs et les fabricants et élaborer des propositions pour leur mise en œuvre			X			X		6,7,8,11
d) organiser les processus de travail dans la vente avec l'objectif d'orienter le client et en tenant compte des interactions avec d'autres processus de vente au détail			X		X	X	X	2,3,8,10,11,13
e) utiliser dans son domaine d'activité les processus de soutien que sont la comptabilité, la gestion du personnel, le marketing, les applications informatiques et les analyses de gestion des marchandises, et faire des propositions pour optimiser la collaboration.			X		X	X	X	5,7,8,11,12,13
f) soutenir le contrôle de gestion en tant qu'instrument d'information et de gestion et utiliser les résultats du contrôle de gestion			X			X	X	8,9,11

g) développer et mettre en œuvre des mesures d'assurance qualité			X			X	X		8,11
--	--	--	---	--	--	---	---	--	------

h) contribuer à la mise en œuvre des objectifs de durabilité de l'entreprise		X				X	X		8,11,14
Section B : aptitudes, connaissances et capacités correspondant au profil professionnel dans les qualifications optionnelles conformément au § 5, paragraphe 3 ; l'une d'entre elles doit être mentionnée dans le contrat de formation :									
9. Assurer la présence d'armes		X				X			3,6,7,8
a) contrôler les marchandises entrantes en tenant compte des prescriptions légales et des directives de l'entreprise, les enregistrer dans le système d'information de l'entreprise et prendre les mesures habituelles en cas de divergences		X				X			7
b) documenter les défauts visibles lors de la réception des marchandises en respectant les dispositions légales et les usages de l'entreprise lors de la réception des marchandises		X				X			7
c) enregistrer les réclamations, en particulier les ruptures, les détériorations et les pertes, et coordonner et mettre en œuvre les mesures appropriées avec les fournisseurs internes et externes		X				X			6,7
d) déterminer les stocks optimaux, analyser les effets de stocks trop élevés ou trop bas et formuler des propositions.		X				X			7,8
e) gérer et contrôler le flux des marchandises à l'aide du système de gestion des marchandises.		X				X			7,8
f) contrôler la disponibilité de l'offre de marchandises en tenant compte des facteurs saisonniers, de la demande, des actions et des fluctuations, ainsi que des particularités régionales, et prendre des mesures appropriées en cas de besoin		X				X			3,6,7
g) mettre en œuvre des mesures de gestion de la qualité dans le cadre de la conservation des aliments		X							7
10. conseiller les clients		X				X	X		1,2,3,6,9,10

a)mener des entretiens de vente et de conseil de manière efficace, en appliquant des connaissances approfondies d'un secteur de marchandises comprenant au moins deux groupes de marchandises		X			X	X			2,10
---	--	---	--	--	---	---	--	--	------

b) informer les clients sur les caractéristiques de qualité, de prix et de durabilité et sur les possibilités d'utilisation des articles et des variétés		X			X	X			2,9,10
c) mettre en évidence les différences entre les marques de fabricants et les marques de distributeurs dans le cadre d'un entretien de vente et de conseil		X			X	X			2,6,9,10
d) mettre en évidence l'importance des labels de qualité dans les entretiens de vente et de conseil		X			X	X			2,6,10
e) observer les tendances et les évolutions actuelles et les utiliser comme argument de vente		X			X	X			2,6,10
f) déterminer les motifs d'achat et les souhaits des clients en les observant, en les écoutant activement et en leur posant des questions, et en tenir compte dans les entretiens de vente et de conseil		X			X	X			2,10
g) distinguer les typologies de clients et les modèles de comportement et les mettre en œuvre de manière à promouvoir la vente lors d'entretiens individuels de vente et de conseil		X			X	X			2,10
h) déterminer les causes de conflits, gérer les situations émotionnelles et de stress dans la vente et appliquer des stratégies d'action pour faire face aux clients difficiles.		X			X	X			2,10
i) traiter les cas particuliers de vente en appliquant les règles juridiques et opérationnelles		X			X	X			2,3,10
j) expliquer l'importance d'une activité de vente réussie en termes de chiffre d'affaires, de rendement, de satisfaction et de fidélisation de la clientèle, en tenant compte notamment de la nécessité de travailler en équipe		X			X	X			1,2,3,10

k) traiter les échanges, les plaintes et les réclamations, en agissant de manière orientée vers le client et en appliquant les directives légales et celles de l'entreprise		X			X	X			2,3,10
---	--	---	--	--	---	---	--	--	--------

11. données du système de caisse et service à la clientèle					X				2,3,10
a) aborder les clients à la caisse de manière adaptée à la situation		X			X				3
b) offrir des services aux clients lors du passage en caisse		X			X				3
c) exécuter les opérations de caisse conformément au système et tenir compte de l'importance de la caisse pour la gestion du flux de données et de marchandises.		X			X				3
d) évaluer les rapports de caisse, notamment en ce qui concerne les articles, les moyens de paiement, l'utilisation du personnel et les mesures de promotion des ventes		X			X				3
e) traiter les échanges, les plaintes et les réclamations, agir en fonction des clients et appliquer les directives légales et de l'entreprise.		X			X				2,3,10
f) préparer le transport de fonds sur la base du décompte de caisse et assurer la disponibilité de la monnaie		X			X				3
g) en cas de dysfonctionnement du système de caisse, prendre les mesures nécessaires pour sauvegarder les données et rétablir son fonctionnement		X			X				3
12. publicité et promotion					X	X	X		4,5,8,9,10,11,12
a) évaluer les relations entre les moyens et les supports publicitaires ainsi que les coûts et le succès de la publicité		X			X				5
b) choisir et utiliser les moyens et supports publicitaires en fonction des objectifs et des coûts		X			X				4,5
c) évaluer l'impact des mesures de politique des prix et formuler des propositions		X			X	X			5,8,9

d) mettre en œuvre des mesures de promotion visuelle des ventes et tenir compte des attentes des clients		X			X				4,5
e) s'adresser aux différents sens lors de la présentation de la marchandise et proposer des produits qui se vendent bien. les aspects psychologiques		X			X				4,5

tiennent compte								
f) utiliser les mesures du service à la clientèle pour favoriser le succès des ventes		X			X	X		2,3,10
g) planifier, mettre en œuvre et évaluer les actions visant à fidéliser la clientèle		X			X	X	X	2,3,5,10,12
h) effectuer des contrôles de l'efficacité de la publicité et en déduire des propositions d'amélioration		X			X	X	X	5,8,11,12
Section C : aptitudes, connaissances et compétences correspondant au profil professionnel dans les qualifications optionnelles conformément à l'article 5, paragraphe 4 ; trois d'entre elles doivent être mentionnées dans le contrat de formation, dont au moins une parmi les qualifications courantes. Points 1 à 3 :								
1. Conseiller les clients dans des situations complexes			X		X	X	X	2,3,10,13
a) appliquer , lors de l'entretien de conseil, des connaissances approfondies d'un secteur de marchandises comprenant au moins deux groupes de marchandises, en tenant compte des promesses de prestations de l'entreprise vis-à-vis des clients. Représenter les clients			X			X		10
b) déterminer les motifs d'achat et les souhaits des clients par l'observation, l'écoute active et les questions et les prendre en compte dans les entretiens de vente et de conseil. tiennent compte			X			X		10
c) utiliser des techniques de communication lors de l'entretien de conseil afin de promouvoir la satisfaction du client			X			X		10
d) réfléchir à l'image de soi et des autres et en tenir compte dans la communication			X			X		10
e) informer les clients sur les caractéristiques de qualité et de prix ainsi que sur les possibilités d'utilisation des marchandises			X		X	X		2,10

f)mettre en évidence les caractéristiques des marques de fabricants et des marques de distributeurs lors de l'entretien de conseil			X		X	X				2,10
--	--	--	---	--	---	---	--	--	--	------

g) mettre en évidence l'importance des labels de qualité des produits lors de l'entretien de conseil			X		X	X			2,10
h)évaluer la compatibilité des produits avec la santé et l'environnement ainsi que leur durabilité et informer les clients à ce sujet			X		X	X			2,10
i)répondre aux objections des clients de manière convaincante et favoriser la conclusion de la vente			X		X	X			2,3,10
j) observer les tendances et les évolutions actuelles et les utiliser comme argument de vente			X		X	X			2,10
k)utiliser les sources d'information pour acquérir des connaissances sur les marchandises			X		X	X			2,10
l)informer les clients des règles de reprise légales et opérationnelles ainsi que des possibilités d'élimination des marchandises dans le respect de l'environnement			X		X	X			2,10
m)résoudre les échanges, les plaintes et les réclamations, même dans des situations difficiles, en appliquant les règles de droit et d'entreprise et en défendant les intérêts de l'entreprise tout en étant orienté vers le client.			X		X	X			2,3,10
n)analyser les causes des conflits dans les situations de vente et en tirer des conclusions pour les futurs entretiens de vente			X		X	X	X		2,10,13

o) identifier les facteurs déclencheurs de stress et appliquer des stratégies de gestion du stress			X		X	X	X		2,10,13
2. Achat de marchandises			X			X	X		6,7,8,11

a) les besoins en marchandises pour l'assortiment de formation, en tenant compte des chiffres clés du système de gestion des marchandises ainsi que des futurs besoins en matière de vente. déterminer les événements à venir			X			X	X		6,7,8,11
b) préparer les marchandises en tenant compte des procédures de commande et des modalités de livraison.			X			X			6
c) contrôler le respect des conditions contractuelles et de paiement des contrats d'achat et prendre les mesures appropriées en cas d'écarts			X			X	X		6,8,11
d) prendre des mesures pour garantir que les marchandises sont complètes et les évaluer			X			X			6,7
e)Elaborer des propositions pour l'organisation de l'assortiment de marchandises après évaluation des données économiques, en tenant compte en particulier du chiffre d'affaires, de la marge commerciale, de la qualité, des tendances, des groupes cibles, de l'emplacement, du développement durable et de la situation concurrentielle,			X			X	X		6,7,8,11
f) participent au retrait et à la réintégration des marchandises			X			X	X		6,7,8,11
3. Contrôle des stocks de marchandises			X			X	X		7,8,11
a) établir, tenir et analyser des statistiques sur les stocks			X			X	X		7,8,11
b) analyser les chiffres clés des stocks et du chiffre d'affaires et utiliser les statistiques correspondantes			X			X	X		7,8,11

c) Déterminer des mesures visant à augmenter le chiffre d'affaires, à améliorer le rendement et à optimiser les stocks, ainsi qu'élaborer et mettre en œuvre des propositions de mise en œuvre			X			X	X		7,8,11
d) gérer les stocks de marchandises en tenant compte des propositions de commande du système de gestion des marchandises et en fonction du résultat.			X			X	X		7,8,11

e) déterminer les causes des différences d'inventaire, développer des propositions de mesures pour éviter les différences d'inventaire et participer à leur mise en œuvre			X			X	X		7,8,11
4. Gestion et contrôle commerciaux			X			X	X		7,8,9,11,13
a) analyser les résultats de la comptabilité analytique et en tirer des conclusions			X			X	X		8,9,11
b) analyser les résultats du compte de résultat de l'entreprise et développer des possibilités d'amélioration, notamment en tenant compte de la marge brute.			X			X	X		8,9,11
c) établir des statistiques et les analyser			X			X	X		7,8,11
d) déterminer et évaluer les indicateurs de l'entreprise, en tirer des conclusions, proposer des mesures et participer à leur mise en œuvre			X			X	X		8,11
e) évaluer l'impact de différents facteurs, en particulier la tarification, les stocks et les coûts, sur le calcul des coûts et des revenus			X			X	X		8,11
f) proposer des mesures d'amélioration des processus de travail de l'entreprise et participer à leur mise en œuvre			X			X	X		8,11,13
5. mesures de marketing			X		X		X		4,5,11,12
a) analyser et évaluer la situation du marché sur le site en tenant compte en particulier des aspects économiques et régionaux			X				X		12
b) évaluer la présence sur le marché de concurrents dans le commerce stationnaire et en ligne, élaborer et justifier des propositions de mesures de marketing en tenant compte des prescriptions du droit de la concurrence			X				X		12
c) Utiliser les instruments de l'observation du marché, les résultats de l'étude de marché sur le comportement d'achat évaluer et faire des propositions			X				X		12

Déduire et justifier l'utilisation d'instruments de marketing.								
d) distinguer les comportements d'information et d'achat des groupes cibles, en déduire les conséquences, proposer des mesures et participer à leur mise en œuvre			X				X	12
e) développer et mettre en œuvre des mesures de promotion des ventes en tenant compte des zones de forte et de faible vente et en respectant les directives de l'entreprise			X		X		X	4,5,12
f) planifier et mettre en œuvre des placements dans l'espace de vente et évaluer leurs effets			X		X		X	4,5,12
g) utiliser les informations sur les produits pour la promotion des ventes de manière orientée vers le client			X		X		X	4,5,12
h) préparer, réaliser et évaluer des contrôles de résultats et en déduire des propositions d'amélioration			X				X	11,12
6. Commerce en ligne			X		X	X	X	2,5,6,7,8,11,12
a) respecter la législation lors de la gestion d'une boutique en ligne			X		X		X	5,6,7,12
b) prendre en compte les interactions entre le commerce en ligne et les ventes en magasin			X		X		X	5,6,7,12
c) gérer le catalogue de produits dans la boutique en ligne			X				X	12
d) utiliser les outils de marketing en ligne et évaluer le positionnement sur les moteurs de recherche			X		X		X	1,12
e) conseiller les clients lors d'achats en ligne			X		X		X	2,12
f) évaluer le feedback des clients dans le commerce en ligne et en déduire des propositions d'amélioration pour la stratégie multi-canal de l'entreprise			X				X	12
g) déterminer et évaluer les chiffres clés de la boutique en ligne			X			X	X	8,11,12

h) les mesures visant à améliorer la la modification de la structure de l'assortiment			X			X	X		5,6,7,12
---	--	--	---	--	--	---	---	--	----------

Proposer des solutions de marketing, des processus logistiques et des mesures de marketing dans le cadre d'une stratégie multicanale.								
i) développer le commerce en ligne avec les prestataires de services informatiques et prendre des mesures pour remédier aux dysfonctionnements			X			X		12
7. Gestion du personnel et -développement			X		X	X		1,13,14
a) Définir des plans de mesures pour le développement du personnel à partir des objectifs de l'entreprise, contrôler la réalisation des objectifs et procéder à des adaptations.			X			X		13,14
b) prendre en compte l'importance de la motivation et de la responsabilité personnelle dans la gestion du personnel,			X			X		13,14
c) mener des entretiens avec les collaborateurs et les collaboratrices ainsi que des réunions d'équipe en se basant sur les résultats et en réfléchissant à ceux-ci			X			X		13,14
d) réfléchir aux effets de la communication verbale et non verbale ainsi qu'aux différences entre l'image de soi et l'image des autres et les utiliser dans la gestion des collaborateurs			X			X		13
e) utiliser des méthodes de résolution des conflits afin d'améliorer la motivation, le climat et le rendement au travail			X			X		13
f) utiliser des méthodes de gestion de soi et du temps			X		X	X		1,13
g) soutenir les collaborateurs et collaboratrices dans leur travail de manière constructive et encourager la collaboration au sein de l'équipe			X			X		13
h) déduire et mettre en œuvre des mesures de développement du personnel à partir de l'affectation du personnel et de la planification des besoins en personnel ainsi que du potentiel des			X			X		13,14

collaborateurs et de leurs besoins en qualifications								
i) établir des plans d'affectation du personnel			X				X	13
j) droit du travail et droit social Règles relatives à la gestion du personnel			X		X		X	1,13

Appliquer la planification et l'utilisation du personnel								
8. Préparation de l'indépendance de l'entreprise			X				X	12,13,14
a) évaluer les chances et les risques pour une entreprise commerciale, développer un concept d'entreprise en tenant compte des innovations			X				X	14
b) évaluer les données d'études de marché et les analyses de site et les utiliser pour le concept d'entreprise			X				X	12,14
c) réfléchir de manière critique aux compétences personnelles et professionnelles nécessaires à l'autonomie entrepreneuriale			X				X	14
d) choisir une forme juridique appropriée pour l'entreprise et établir, présenter et justifier un plan d'affaires			X				X	14
e) déterminer les besoins en personnel et choisir les possibilités de recrutement			X				X	13,14
f) planifier le financement de l'entreprise en tenant compte des sources de financement et des possibilités de promotion			X				X	14
g) tenir compte, lors de la planification, des assurances et des obligations fiscales nécessaires			X				X	14
h) utiliser les indicateurs de l'évaluation de l'entreprise, en déduire des mesures et tenir compte de la durabilité			X				X	11,14
Section D : Compétences, connaissances et aptitudes à enseigner de manière intégrative, dépassant le cadre des qualifications optionnelles								
9. Formation professionnelle, législation du travail et sociale	X					X	X	1,13
a) Présenter les contenus et les éléments essentiels d'un contrat de formation, déterminer les droits et les obligations découlant du contrat de formation et décrire les tâches des parties prenantes dans le système dual.	X					X		1

b) Comparer le plan de formation de l'entreprise avec le règlement de formation.	X				X				1
--	---	--	--	--	---	--	--	--	---

c) respecter le droit du travail, le droit social et le droit de codécision, ainsi que les conventions collectives et les réglementations sur le temps de travail en vigueur dans le secteur d'activité concerné	X				X		X		1,13
d) expliquer les positions de son propre décompte de salaire	X				X		X		1,13
e) justifier les chances et les exigences de l'apprentissage tout au long de la vie pour le développement professionnel et personnel et développer ses propres compétences	X				X		X		1,13
f) appliquer des techniques d'apprentissage et de travail ainsi que des méthodes d'apprentissage autodirigé et utiliser des sources d'information pertinentes pour la profession	X				X		X		1,13
g) présenter les possibilités de promotion et de développement professionnel	X				X		X		1,13
10. importance et structure du commerce de détail et de l'entreprise formatrice	X				X		X		1,12
a) Expliquer la fonction du commerce de détail pour l'ensemble de l'économie et de la société.	X				X				1
b) Expliquer la forme juridique et la structure organisationnelle de l'entreprise formatrice avec ses tâches et ses responsabilités ainsi que les relations entre les processus commerciaux.	X				X				1
c) évaluer l'influence de l'emplacement, de la forme de l'entreprise et de la vente, des canaux de distribution, de l'assortiment et des prix ainsi que de l'aménagement de l'espace de vente sur la position de l'entreprise formatrice sur le marché	X				X		X		1,12
11. information et communication	X				X	X	X		1,2,3,5,6,7,8,10,11,12,13
a) Participer à la collaboration au sein de l'entreprise dans le respect, l'estime et la confiance au sein de l'équipe.	X				X	X	X		1,2,5,6,7,8,13

b) justifier la nécessité d'une planification du personnel dans l'entreprise et contribuer à sa mise en œuvre	X				X		X		1,2,13
c) Un feedback approprié	X				X	X	X		1,2,5,6,7,8,11,13

donner et accepter								
d) identifier les causes des conflits et des problèmes de communication et contribuer à leur résolution	X				X		X	2,3,13
e) utiliser des systèmes d'information et de communication	X				X	X	X	2,5,6,7,8,10,11,13
f) saisir, sauvegarder et gérer les données selon les procédures habituelles de l'entreprise, respecter la protection et la sécurité des données	X				X	X	X	2,5,6,7,8,10,11,12,13
12. sécurité et Santé au travail	X	X			X			1
a) identifier les risques pour la sécurité et la santé sur le lieu de travail et prendre des mesures pour les éviter	X	X			X			1
b) appliquer les règles de protection du travail et de prévention des accidents en rapport avec la profession	X	X			X			1
c) décrire les comportements à adopter en cas d'accident et prendre les premières mesures.	X	X			X			1
d) appliquer les règles de prévention des incendies ; décrire les comportements à adopter en cas d'incendie et prendre des mesures pour le combattre	X	X			X			1
13. protection de l'environnement Pour éviter les nuisances environnementales liées à l'exploitation dans la zone d'influence professionnelle lors de notamment	X	X			X	X		1,5,6,7
a) expliquer, à l'aide d'exemples, les éventuelles atteintes à l'environnement causées par l'entreprise formatrice et sa contribution à la protection de l'environnement.	X	X			X	X		1,5,6,7
b) appliquer les règles de protection de l'environnement en vigueur dans l'entreprise de formation	X	X			X	X		1,5,6,7,14
c) utiliser les possibilités d'utilisation économique et écologique de l'énergie et des matériaux	X	X			X	X		1,5,6,7,14

d) éviter de produire des déchets ; éliminer les substances et les matériaux en respectant l'environnement	X	X			X	X			1,5,6,7
--	---	---	--	--	---	---	--	--	---------