

Progression pédagogique prévisionnelle Terminale BEP TV2

Année scolaire 2008-2009

Sem.	Dates	Compétences	Savoirs / Evaluations	Objectifs, l'élève doit être capable de	Thème n°	Tice
36	01/09 – 07/09	<i>Semaine de rentrée : prise de contact, établissement des règles de fonctionnement</i>				
37	08/09 – 14/09	<p>Dossier fiche produit (reprise 2nde)</p> <p>C2.1 Réaliser des dossiers « produits »</p> <p>C.3.2.1 Préparer l'information avant la vente</p> <p>La communication</p> <p>C.3.1.2. Appréhender la situation orale d'achat-vente</p>	<p>S.2.2 L'identification des produits</p> <ul style="list-style-type: none"> - La fiche technique d'un produit <p>S.3.2.1 Préparer l'information avant la vente</p> <p>S.3.1.1. Les bases de la communication interpersonnelle</p> <ul style="list-style-type: none"> - Schéma de la communication - Communication verbale et non verbale - Les registres de langue et les freins 	<ul style="list-style-type: none"> - Dégager les caractéristiques techniques d'un produit - Dégager les arguments de vente - Distinguer les éléments de la communication - Identifier le message - Repérer les freins à la communication 	<p>3.1</p> <p>2.1</p>	<p>Diaporama élève</p> <p>Création BAL laposte.net</p> <p>jclie en ligne</p>
38	15/09 – 21/09	<p>C2.1 Réaliser des dossiers « produits »</p> <p>C.3.2.1 Préparer l'information avant la vente</p>	<p>S.2.2 L'identification des produits</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'emballage – le conditionnement <p>S.3.2.1 Préparer l'information avant la vente</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Décrire les fonctions techniques et commerciales de l'emballage et du conditionnement. - Dégager les qualités communicantes d'un conditionnement 	3.1	<p>diaporama jclie en ligne</p>
39	22/09 – 28/09	<p>C2.1 Réaliser des dossiers « produits »</p> <p>C.3.2.1 Préparer l'information avant la vente</p> <p>C3.1.1. Communiquer avec l'équipe de vente et s'y intégrer</p>	<p>S.2.2 L'identification des produits</p> <ul style="list-style-type: none"> - La marque <p>S.3.2.1 Préparer l'information avant la vente</p> <p>S.3.1.2. La communication avec l'équipe de vente</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Importance de l'image de marque d'un produit - Distinguer origine et rôle des différentes marques (nationales, de distributeur...) - Se présenter dans le cadre d'une situation interpersonnelle 	<p>3.1</p> <p>2.2</p>	<p>diaporama Jclie en ligne</p> <p>Création compte Google doc</p>
40	29/09 – 05/10	<p>C2.1 Réaliser des dossiers « produits »</p> <p>C.3.2.1 Préparer l'information avant la vente</p>	<p>S.2.2 L'identification des produits</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les labels, normes, appellations d'origine contrôlée <p>S.3.2.1 Préparer l'information avant la vente</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Distinguer les différentes normes et labels - Mesurer le rôle commercial des labels 	3.1	<p>Activité en ligne</p>

Sem.	Dates	Compétences	Savoirs / Évaluations	Objectifs, l'élève doit être capable de	Thème n°	Tice
41-42	06/10 – 19/10	L'entretien de vente C.3.2.1 Préparer l'information avant la vente 3.2.3. Mener le dialogue de vente	S.3.2.3. L'entretien de vente - L'écoute active du client - La reformulation - L'argumentation	- Pratiquer un questionnement, une écoute active et reformuler un besoin - Transformer une caractéristique en avantage client. - Proposer une vente additionnelle	3.1	Activité en ligne site medal.free.fr
<i>Vacances de la Toussaint</i>						
45-46	06/11 – 16/11	Introduction au merchandisage C.2.2. Présenter les produits à la vente	S.2.1. L'assortiment du point de vente S.2.3. La liaison réserve – espace de vente S.2.4. La mise en rayon/en linéaire du produit	- Distinguer les différents merchandisages (gestion, séduction organisation)	3.2	Activité en ligne
47	17/11 – 23/11	L'espace de vente C.2.2. Présenter les produits à la vente	S.2.3. La liaison réserve – espace de vente - Les principes d'organisation du travail S.2.4. La mise en rayon/en linéaire du produit - L'organisation de l'espace de vente en libre-service (tout ou parties d'espace) et l'implantation des rayons	- Consulter un schéma d'implantation - Analyser un relevé de plan de magasin	1.1	Diaporama
48-49	24/11 – 07/12	C.2.3. Participer à la signalétique C.3.2.1. Préparer l'information avant la vente	S.2.2. L'identification des produits - L'étiquetage et sa réglementation ; les règle de marquage, d'affichage du prix S.2.4. La mise en rayon/en linéaire du produit - La signalétique : les informations obligatoires/l'information sur le lieu de vente (ILV)/la publicité sur le lieu de vente (PLV) S.2.5. Les facteurs d'ambiance	- Réaliser tout ou partie des opérations de signalisation et de mise en place d'opérations d'information (I.L.V.) et de publicité (P.L.V.) sur le lieu de vente - Identifier la nature et le rôle de la signalétique « produits » - Installer les supports publicitaires (affiches, affichettes, présentoirs, mannequins-silhouettes...)	1.2	Diaporama
50-51	08/12 – 21/12	<i>PFE 1</i>				
52-1	<i>Vacances de Noël</i>					

Sem.	Dates	Compétences	Savoirs / Évaluations	Objectifs, l'élève doit être capable de	Thème n°	Tice
2-3	05/01 – 18/01	<i>Congé paternité</i>				
4-5	19/01 – 01/02	<i>Préparation dossier et oral CCF1</i> <i>Épreuve CCF1</i>			3.1	dossier produit
6	02/02 – 08/02	<u>Les facteurs d'ambiance</u> C.2.4. Maintenir l'attractivité de la surface de vente	S.2.4. La mise en rayon/en linéaire du produit - Les mobiliers de vente et de présentation S.2.5 Les facteurs d'ambiance - La complémentarité facteurs d'ambiance-aménagement du point de vente-assortiment - Listage des différents facteurs et illustration de leur complémentarité (enseigne, éclairage...) - La différenciation des points de vente pour la présentation marchande des produits	- Dégager les facteurs d'ambiance du point de vente	1.3	Diaporamas Activité en ligne
7	09/02 – 15/02	<u>La rentabilité du linéaire</u> C.2.2. Présenter les produits à la vente	S.2.4. La mise en rayon/en linéaire du produit - le merchandising : les règles à observer, les méthodes S.2.5 Les facteurs d'ambiance - les meilleures conditions (place, quantité, signalisation, présentation...) - La différenciation des points de vente pour la présentation marchande des produits	- Consulter le schéma d'implantation du rayon et/ou du magasin - Dégager les points forts et les points faibles d'une implantation - Consulter le schéma d'implantation du rayon et/ou du magasin	1.4	Diaporamas Activité en ligne
8	16/02 – 22/02	C.2.2. Présenter les produits à la vente	S.2.4. La mise en rayon/en linéaire du produit - L'organisation de l'espace de vente en libre-service (tout ou parties d'espace) et l'implantation des rayons - le merchandising : les règles à observer, les méthodes	- Effectuer et analyser un relevé de plan (tout ou partie du linéaire, du rayon, du magasin) - Identifier les objectifs de vente du point de vente et les règles de présentation qui en découlent	1.5	Activité en ligne
9-10	<i>Vacances de février</i>					
11-12	09/03 – 22/03	<i>PFE 2</i>				

Sem.	Dates	Compétences	Savoirs / Évaluations	Objectifs, l'élève doit être capable de	Thème n°	Tice	
13	23/03 – 29/03	<i>Semaine de sécurité</i>					
14-15	30/03– 12/04	<i>Préparation dossier et oral CCF2</i> <i>Épreuve CCF2</i>				3.2	dossier marchandisage
16	13/04 – 19/04	<u>Les messages écrits</u> C.3.1.3. Rédiger des messages commerciaux écrits et/ou médiatisés	S.3.1.4. Les messages écrits - Le courrier personnalisé et standardisé - Le message écrit	- Analyser des messages commerciaux (objectif, contenu, informations...) - Rédiger des messages commerciaux écrits (notes, lettres simples, télécopies, messages minitel, réseau de l'intranet ou de l'internet) :	2.3	Activité en ligne	
17-18	<i>Vacances de Pâques</i>						
19-20	04/05 – 17/05	<i>PPCP</i>					
21	18/05 – 24/05	<u>La fidélisation de la clientèle</u> C.3.2.5. Participer à la fidélisation du client	S.3.2.6. Le développement de la clientèle et sa fidélisation	- Proposer, le cas échéant, une carte de fidélité - Mettre à jour le fichier « clients » - Distribuer échantillons, coupons de réduction... - Relever les réactions de la clientèle et les transmettre au responsable	2.4	Activité en ligne	
22	25/05 – 31/05	C.3.3.1. Traiter les demandes écrites et orales de la clientèle	S.3.3.1. Le traitement des demandes écrites ou orales des clients - La réception des demandes - La restitution de la demande	- Recevoir la demande quel que soit le canal utilisé - Restituer oralement ou par écrit le ou les messages reçus	2.5	Activité en ligne	
23	01/06 – 07/06	C. 3.3.2. Participer au développement de la clientèle	S.3.1.4. Les messages écrits - Le courrier personnalisé et standardisé S.3.2.6. Le développement de la clientèle et sa fidélisation	- Participer à la préparation et à l'envoi des messages de prospection - Prendre en compte les opérations générées par l'envoi d'un publipostage	2.6	Activité en ligne	
24-26	08/06 – 28/06	<i>REVISIONS / ETUDES DE CAS</i>					