

Guide méthodique type communication
Partie commune / Profil E (dès l'été 2006)

1.7	Idée directrice	Communiquer consiste à transférer des contenus à des groupes-cibles déterminés dans le but de les inciter à modifier leurs attitudes et/ou de déclencher des actions. La communication peut revêtir les formes les plus diverses et s'exprimer dans différents médias. Le but est que les employés de commerce sachent déterminer pour un message la forme de communication appropriée.
-----	-----------------	---

1.7.1	Objectif général	Les employés de commerce acquièrent régulièrement les connaissances nécessaires relatives aux médias écrits et électroniques et sur la manière de les utiliser judicieusement. Cela comprend également les formes de communication non médiatiques dans la vie des affaires.
-------	------------------	--

Numéro Titre	Buts des prestations	Le truc futé	Critères partiels STA	J'assume	Compétence sociale	Compétences méthodologiques	Taxonomie
1.7.1.1 Massmédias	Je me renseigne sur les tâches et les effets des mass-médias au moyen d'un exemple tiré de l'actualité.	Les concessions radio et TV définissent le mandat. La Constitution fédérale règle la liberté de presse	<ul style="list-style-type: none"> - Je me renseigne sur les tâches d'un mass-média - J'identifie trois effets d'un mass-média sur moi - Je recours à un exemple actuel pour illustrer mon exemple 		Aptitude au transfert	Réflexion pluridisciplinaire	K3
1.7.1.2 Mise en œuvre des massmédias	En fonction d'exemples tirés de mon quotidien, je sais mettre en parallèle les différences entre les divers mass-médias.	Des groupes-cibles sont définis selon les mass-médias. Ils sont classés par âge, domicile, revenus, intérêts, sexe, etc.	<ul style="list-style-type: none"> - Je montre deux différences par rapport aux lecteurs (clients) - Je montre deux différences par rapport à la production - Je définis deux différences par rapport à la réception du mass-média 		Aptitude à l'apprentissage	Approche analytique	K4

Guide méthodique type communication
Partie commune / Profil E (dès l'été 2006)

Numéro Titre	Buts des prestations	Le truc futé	Critères partiels STA	J'assume	Compétence sociale	Compétences méthodologiques	Taxonomie
1.7.1.3 Décrire les médias imprimés	Sur la base d'exemples pratiques, je sais décrire de manière compréhensible pour un profane les différents types de médias imprimés.		<ul style="list-style-type: none"> - Enumère différents types de médias écrits - Attribue trois produits à un type - Décrit son choix de manière compréhensible pour un profane 		Aptitude au transfert	Traitement des informations	K2
1.7.1.4 Distinguer les médias imprimés	Sur la base d'exemples qui me sont donnés, j'énumère les différents médias imprimés et indique leurs caractéristiques. Sur la base d'exemples oraux tirés de mon activité quotidienne, je les classe en fonction de leur utilisation	Vocabulaire professionnel : imprimés et produits imprimés sont des médias imprimés	<ul style="list-style-type: none"> - Enumère correctement les médias imprimés - Définit leurs caractéristiques - Les classe fonction de leur utilisation 		Aptitude à la communication	Technique de travail	K2
1.7.1.5 Décrire les médias électroniques	Sur la base d'exemples pratiques, je sais décrire de manière compréhensible pour un profane les différents types de médias électroniques.		<ul style="list-style-type: none"> - Enumère les médias électroniques - Choisit des exemples pratiques pertinents - Décrit de manière compréhensible 		Aptitude à la communication	Traitement des informations	K2

Guide méthodique type communication
Partie commune / Profil E (dès l'été 2006)

1.8.	Idée directrice	La communication évolue constamment ; elle revêt une place importante dans la société et l'économie et se présente sous les formes les plus diverses. Pour cette raison, le but est de sensibiliser les employés de commerce aux dispositions légales de base les plus importantes, aux méthodes de recherche et aux organisations liées à la communication.
------	-----------------	--

1.8.1	Objectif général	Les employés de commerce s'informent sur les dispositions légales de base les plus importantes, les méthodes de recherches et les organisations dans la branche de la communication.
-------	------------------	--

Numéro Titre	Buts des prestations	Le truc futé	Critères partiels STA	J'assume	Compétence sociale	Compétences méthodologiques	Taxonomie
1.8.1.1 Classer les associations de la branche	Je mentionne de manière compréhensible pour un profane deux associations de la branche de la communication selon leur domaine d'activité (édition, impression, journalistes/médias, publicité) et selon leurs fonctions représentatives (représentations d'employeurs ou de travailleurs).		<ul style="list-style-type: none"> - Distingue entre organisations de travailleurs et d'employeurs - Mentionne de manière compréhensible pour un profane deux associations professionnelles - Classe correctement les deux associations en fonction de leur domaine d'activité. 		Aptitude à l'apprentissage	Traitement des informations	K2

Guide méthodique type communication
Partie commune / Profil E (dès l'été 2006)

Numéro Titre	Buts des prestations	Le truc futé	Critères partiels STA	J'assume	Compétence sociale	Compétences méthodologiques	Taxonomie
1.8.1.2 Aperçu de la branche	J'énumère à un client les principaux spécialistes de la branche de la communication et indique quels sont leurs champs d'activité.	Passer de l'idée au produit fini remis au client implique divers professionnels dans le processus de réalisation	<ul style="list-style-type: none"> - Enumère les principaux spécialistes de la branche de la communication - Les désigne de manière juste - Classe les spécialistes en fonction de leurs champs d'activité. 		Aptitude à la communication	Réflexion pluridisciplinaire	K2
1.8.1.3 Décrire le droit d'auteur	En fonction d'un produit des médias que j'ai choisi j'explique la notion de droit d'auteur et décris de manière générale son champ d'application.		<ul style="list-style-type: none"> - Choisit un produit médiatique et montre les éléments relevant en matière de droit d'auteur - Décrit l'importance du droit d'auteur - Expose les applications du droit d'auteur 		Réflexion pluridisciplinaire	Approche analytique	K2
1.8.1.4 Connaître les bases légales	J'illustre au moyen d'un exemple pratique trois dispositions légales de base que j'ai choisies et qui sont tirées de mon activité dans la branche de la communication (édition / rédaction / publicité / impression)		<ul style="list-style-type: none"> - Choisit 3 dispositions légales tirées de son activité - Donne pour chacune des trois dispositions légales un exemple tiré de la pratique - Les dispositions légales sont essentielles pour la branche de la communication 		Aptitude au transfert	Traitement des informations	K 2

Guide méthodique type communication
Partie commune / Profil E (dès l'été 2006)

Numéro Titre	Buts des prestations	Le truc futé	Critères partiels STA	J'assume	Compétence sociale	Compétences méthodolo- giques	Taxo- nomie
1.8.1.5 Différen- ciation qualitative et quantitative	A l'aide d'exemples donnés, je différencie correctement entre les méthodes d'enquêtes de marché qualitatives et quantitatives et donne chaque fois une caractéristique		<ul style="list-style-type: none"> - Donne un exemple d'enquêtes qualitatives - Donne un exemple d'enquêtes statistiques quantitatives - Sait distinguer correctement 		Aptitude au transfert	Approche analytique	K 3
1.8.1.6 Données de consomma- tion et de comporte- ment médias	J'indique oralement 3 données importantes traitant à des fins professionnelles des habitudes de consommation et de comportement médias.	Pour chaque planification média, pour chaque contenu d'un mass- média, les résultats de recherches et d'études sont à disposition	<ul style="list-style-type: none"> - Indique trois sources de données concernant les habitudes de consommation et le comportement médias - Les sources concernent l'usage professionnel - Indique les contenus au moyen de mots-clés 		Aptitude à l'appren- tissage	Traitement des infor- mations	K2

Guide méthodique type communication
Partie commune / Profil E (dès l'été 2006)

1.9	Idée directrice	En tant qu'éléments du marketing-mix, les instruments de communication visent à réaliser un positionnement ou à déployer des effets en fonction des groupes-cibles. La connaissance et l'importance de ces instruments de communication constituent une base essentielle pour la formation des employés de commerce de la branche de la communication.
-----	-----------------	--

1.9.1	Objectif général	Les employés de commerce savent que toutes les activités de communication doivent être en rapport avec le contexte du but de l'entreprise et de l'ensemble des mesures de marketing.
-------	------------------	--

Numéro Titre	Buts des prestations	Le truc futé	Critères partiels STA	J'assume	Compétence sociale	Compétences méthodologiques	Taxonomie
1.9.1.1 Connaître et appliquer les instruments de communication	Sur la base d'un cas pratique donné, je détermine les instruments de communication appropriés et je justifie mon choix.	Combinés entre eux, publicité classique, marketing direct, promotion de ventes, Internet, Relations Publiques, parrainage, manifestations événementielles (events), participation aux foires constituent une communication pluridisciplinaire	<ul style="list-style-type: none"> - Pour un cas pratique donné dresse une liste des instruments de communication - Choisit les instruments les plus appropriés - Motive son choix 		Flexibilité	Réflexion pluridisciplinaire	K3

Guide méthodique type communication
Partie commune / Profil E (dès l'été 2006)

Numéro Titre	Buts des prestations	Le truc futé	Critères partiels STA	J'assume	Compétence sociale	Compétences métho- dologiques	Taxo- nomie
1.9.1.2 Distinction entre RP et publicité	Sur la base d'exemples pratiques donnés, je différencie correctement entre les contributions Relations Publiques (RP) et les contributions publicitaires classiques et fournis à un profane une explication pertinente.		<ul style="list-style-type: none"> - Distingue correctement sur la base d'exemples pratiques donnés entre les contributions purement RP et les contributions publicitaires classiques - Explique de manière pertinente les principales distinctions entre RP et publicité classique - Explique à un profane, sur la base d'un exemple donné, le recours aux Relations Publiques ou à la publicité classique 		Disposition à la performance	Approche analytique	K3
1.9.1.3 Décrire le mécanisme publicitaire	Sur la base d'un exemple pratique donné, je décris de manière compréhensible pour un collaborateur le mécanisme publicitaire à l'aide de la formule AIDA.		<ul style="list-style-type: none"> - Cite les 4 niveaux de la formule AIDA - Décrit le mécanisme de la publicité en fonction de l'exemple donné - La description est compréhensible pour un collaborateur 		Aptitude à la communication	Réflexion pluridisciplinaire	K3
1.9.1.4 Présenter les effets publicitaires	J'explique de manière compréhensible pour un profane les effets (objectifs) possibles de la publicité.	Notoriété- Savoir- Attitude- Comportement.	<ul style="list-style-type: none"> - Enumère les objectifs publicitaires - Explique ce qu'ils comportent - La description est compréhensible pour un profane 		Aptitude à l'apprentissage	Traitement des informations	K2

Guide méthodique type communication
Partie commune / Profil E (dès l'été 2006)

Numéro Titre	Buts des prestations	Le truc futé	Critères partiels STA	J'assume	Compétence sociale	Compétences métho- dologiques	Taxo- nomie
1.9.1.5 Description des groupes- cibles	Je suis conscient de l'importance de la description détaillée d'un groupe-cible et en effectue une sur la base d'un exemple pratique donné. A cet effet, je distingue entre les caractéristiques socio-démographiques et qualitatives.		<ul style="list-style-type: none"> - Explique brièvement l'importance de la description détaillée d'un groupe-cible - Distingue entre caractéristiques socio-démographiques et qualitatives - Définit de manière compréhensible un groupe-cible sur la base d'un exemple pratique donné 		Aptitude au transfert	Approche analytique	K3
1.9.1.6 Importance et rôle du position- nement	J'explique au moyen d'un exemple pratique à un profane l'importance et le rôle concret d'un positionnement		<ul style="list-style-type: none"> - Explique l'importance - Explique le rôle concret - Compréhensible pour un profane 		Aptitude à l'apprentissage	Réflexion pluridisciplinaire	K2
1.9.1.7 Plurilinguisme	Du point de vue de la branche de la communication, j'indique 3 points de repères auxquels il faut veiller en Suisse en raison du plurilinguisme	Il ne s'agit pas seulement des 4 langues nationales, mais également des 20% d'habitants non suisses	<ul style="list-style-type: none"> - Donne 3 points de repères - Ils sont importants pour la communication - Ils jouent un rôle en Suisse 		Aptitude au transfert	Réflexion pluridisciplinaire	K4

Guide méthodique type communication
Partie commune / Profil E (dès l'été 2006)

1.9.2.	Objectif général	Les employés de commerce connaissent l'importance des médias et leurs différences caractéristiques. Ils sont également capables de déterminer les supports publicitaires appropriés en fonction de critères prédéfinis.
--------	------------------	---

Numéro Titre	Buts des prestations	Le truc futé	Critères partiels STA	J'assume	Compétence sociale	Compétences méthodologiques	Taxonomie
1.9.2.1 Supports et moyens publicitaires	Sur la base d'exemples tirés de mon activité quotidienne, j'énumère 5 différences entre supports et moyens publicitaires et les classe correctement par catégories.		<ul style="list-style-type: none"> - Enumère 5 supports publicitaires - Enumère 5 moyens publicitaires - Les classe dans la bonne catégorie 		Aptitude à l'apprentissage	Traitement des informations	K2
1.9.2.2 Avantages d'un mix-médias	Je connais les diverses possibilités d'un mix-médias et les critères de son évaluation. Dans le cadre d'une situation pratique (ou sur la base d'un cas pratique), je sais montrer les avantages d'un mix-médias, resp. ce que la combinaison de plusieurs médias pourrait apporter concrètement.		<ul style="list-style-type: none"> - Enumère les différentes possibilités d'un mix-médias - Explique de manière pertinente les critères d'évaluation d'un mix-médias - Montre, sur la base d'un exemple pratique donné, les avantages d'un mix-médias 		Aptitude à la responsabilité	Réflexion pluridisciplinaire	K3

Guide méthodique type communication
Partie commune / Profil E (dès l'été 2006)

Numéro Titre	Buts des prestations	Le truc futé	Critères partiels STA	J'assume	Compétence sociale	Compétences métho- dologiques	Taxo- nomie
1.9.2.3 Evaluation de la mise en œuvre d'un média	Sur la base d'exemples donnés, j'évalue, en fonction de mon niveau de connaissances, si le média choisi est approprié au segment du groupe-cible visé.		<ul style="list-style-type: none"> - Sait décrire le média - Met en évidence les particularités du groupe-cible qui correspondent aux médias - Evalue les effets du média sur les groupes-cibles 		Responsabilité	Approche analytique et planifiée	K3
1.9.2.4 Importance de la pénétration et de la fréquence	Je définis de manière compréhensible pour un profane les notions de pénétration et de fréquence et sais les appliquer en fonction d'un exemple choisi en mettant l'accent sur l'efficacité de la publicité		<ul style="list-style-type: none"> - Explique de manière compréhensible pour un profane les notions de pénétration et de fréquence - Explique de manière pertinente l'importance de la fréquence et de l'audience - Choisit un exemple approprié pour illustrer ses explications 		Aptitude à la communication	Technique de présentation	K3
1.9.2.5 Affinité au média	Sur la base d'un exemple donné, j'explique de manière compréhensible ce que signifie dans ce cas la notion d'affinité au média.		<ul style="list-style-type: none"> - Explique la notion d'affinité - Met ses explications en rapport avec l'exemple - Connait les caractéristiques spécifiques de ce média 		Aptitude à l'apprentissage	Approche analytique	K3

Guide méthodique type communication
Partie commune / Profil E (dès l'été 2006)

1.10	Idée directrice	Dans notre société, les informations écrites jouissent toujours d'une position importante. Les employés de commerce connaissent les exigences requises pour des produits imprimés de bonne qualité.					
1.10.1	Objectif général	Les employés de commerce s'informent sur les phases et les fonctions les plus importantes dans la production d'imprimés.					
Numéro Titre	Buts des prestations	Le truc futé	Critères partiels STA	J'assume	Compétence sociale	Compétences méthodologiques	Taxonomie
1.10.1.1 Comprendre et expliquer les normes DIN	J'explique à un profane le classement des normes DIN en fonction d'exemples choisis.		<ul style="list-style-type: none"> - Trouve des exemples au moyen de mots-clés - Classe correctement les exemples en fonction des normes DIN - Explique de manière compréhensible pour un profane 		Aptitude à la communication	Traitement des informations	K1
1.10.1.2 Recommander les sortes de papier et leurs possibilités d'utilisation	Je recommande à un client les sortes de papiers appropriés pour un imprimé en montrant les propriétés et en motivant mon choix de manière pertinente.		<ul style="list-style-type: none"> - Explique correctement les propriétés du papier - Montre les exigences requises pour un imprimé - Justifie son choix de manière compréhensible 		Civilité	Technique de présentation	K3

Guide méthodique type communication
Partie commune / Profil E (dès l'été 2006)

Numéro Titre	Buts des prestations	Le truc futé	Critères partiels STA	J'assume	Compétence sociale	Compétences méthodologiques	Taxonomie
1.10.1.3 Caractériser les polices de caractères et leurs possibilités d'utilisation	Je soumetts à un client trois polices de caractères appropriées à ses besoins et explique de manière compréhensible les caractéristiques de chacune d'elle		<ul style="list-style-type: none"> - Comprend les besoins du client - Soumet trois propositions appropriées - Explique de manière compréhensible les caractéristiques des différentes polices 		Responsabilité	Fixer les buts et les priorités	K1
1.10.1.4 Formats et échange de données	En fonction d'une commande concrète d'un client, je lui recommande de manière compréhensible les formats de données les plus appropriés et lui présente deux formats pour l'échange de données		<ul style="list-style-type: none"> - Pour chacun des trois domaines texte, image et graphique, recommande les formats de données les plus appropriés - Détermine deux formats d'échanges de données - Ses explications sont orientées clients et compréhensibles 		Aptitude à la communication	Traitement des informations	K3
1.10.1.5 Tramage des images	Je décris de manière compréhensible pour un profane ce qui se passerait si une image tirée d'un journal était utilisée pour une brochure. Je lui expose ainsi la question du tramage.		<ul style="list-style-type: none"> - Connaît le tramage d'images dans les brochures et les journaux - Explique de manière compréhensible pour un profane - Décrit le processus de la résolution d'image 		Aptitude à l'apprentissage	Approche analytique	K2

Guide méthodique type communication
Partie commune / Profil E (dès l'été 2006)

Numéro Titre	Buts des prestations	Le truc futé	Critères partiels STA	J'assume	Compétence sociale	Compétences méthodolo- giques	Taxo- nomie
1.10.1.6 Connaître les principaux procédés d'impres- sion	Je cite par cœur les trois principaux procédés d'impression et indique pour chacun d'eux un produit final		<ul style="list-style-type: none"> - Cite les trois principaux procédés d'impression - Indique pour chaque procédé d'impression un produit final - Les connaît par cœur 		Aptitude à l'apprentissage	Traitement des informations	K1
1.10.1.7 Impression numérique	J'explique à un client pour quels travaux l'impression numérique est appropriée.		<ul style="list-style-type: none"> - Enumère les possibilités d'application - Indique les limites - Explique de manière compréhensible pour un profane 		Disposition à la performance	Techniques de résolution des problèmes	K2
1.10.1.8 Rainer, plier et relier	Je connais divers procédés de reliure. Je recommande à un client la reliure appropriée pour une brochure et motive mon choix de manière compréhensible.		<ul style="list-style-type: none"> - Enumère les différentes possibilités de reliure - Explique la forme de reliure appropriée pour une brochure - Explique et motive de manière compréhensible pour le client 		Responsabilité	Réflexion pluridisciplinaire	K3

Guide méthodique type communication
Partie commune / Profil E (dès l'été 2006)

1.11	Idée directrice	Dans notre branche, la communication est un élément essentiel de l'activité commerciale. L'objectif est que les employés de commerce acquièrent les bases qui leur permettront de se développer dans et avec la communication.
------	-----------------	--

1.11.1	Objectif général	Les employés de commerce reconnaissent l'importance et le rôle de la communication, aussi bien sur le plan théorique que dans le cadre de leur application quotidienne.
--------	------------------	---

Numéro Titre	Buts des prestations	Le truc futé	Critères partiels STA	J'assume	Compétence sociale	Compétences méthodologiques	Taxonomie
1.11.1.1 Intégration à l'équipe	Je m'intègre à l'équipe d'un nouveau département grâce à mes égards, mon ouverture et ma serviabilité, en ce sens que j'apporte des contributions fondées sur mes propres expériences; ainsi, je me montre comme un être humain doté de sa propre personnalité.		<ul style="list-style-type: none"> - S'intègre à une équipe existante grâce à ses égards, son ouverture et sa serviabilité - S'investit dans ses tâches - Se révèle comme personnalité indépendante 		<p>Aptitude à gérer les conflits</p> <p>Aptitude au travail en équipe</p>	Réflexion pluridisciplinaire	K5
1.11.1.2 Créativité et indépendance	Je prouve ma créativité et mon indépendance en m'interrogeant sur le déroulement d'une tâche ou d'un processus de travail de mon département en proposant des actions concrètes de modifications ou de compléments à l'aide d'une esquisse.		<ul style="list-style-type: none"> - Sait remettre en cause de manière critique le déroulement d'une tâche ou un processus de travail - Etablit une esquisse concrète de ses propositions de compléments ou de modifications - Justifie de manière pertinente son projet d'action 		<p>Aptitude au transfert</p> <p>Disposition à la performance</p>	Fixer les buts et priorités	K6

Guide méthodique type communication
Partie commune / Profil E (dès l'été 2006)

Numéro Titre	Buts des prestations	Le truc futé	Critères partiels STA	J'assume	Compétence sociale	Compétences méthodologiques	Taxonomie
1.11.1.3 Souplesse et capacité d'innovation	Je prouve ma souplesse et ma capacité d'innover en assumant, seul ou en équipe, une tâche concrète de l'entreprise ; je rassemble des arguments et réfléchis à de nouvelles propositions de solution.		<ul style="list-style-type: none"> - Assume une tâche de l'entreprise - Réfléchit - Apporte de nouvelles idées ou des propositions de solutions 		<p>Aptitude à gérer les conflits</p> <p>Aptitude au travail en équipe</p>	<p>Techniques de créativité</p> <p>Fixer les buts et les priorités</p>	K5
1.11.1.4 Panification du temps	J'organise mon programme journalier et ma liste de tâches en suspens de manière à exécuter rapidement les tâches confiées et mettre à disposition de l'équipe le temps ainsi gagné.		<ul style="list-style-type: none"> - Organise efficacement son temps au moyen d'outils tels que programme journalier et liste des tâches en suspens - Exécute rapidement les tâches - Met son temps à disposition de l'équipe 		Résistance, Souplesse	<p>Fixer les buts et les priorités</p> <p>Technique de travail</p>	K5
1.11.1.5 Identifier les formes de communication	Sur la base de situations quotidiennes, je sais identifier les communications verbales et non verbales et sais les appliquer en fonction de mon niveau de formation	Pourquoi est ce que je sais précisément ce que veut l'autre, alors qu'il ne m'a pas dit un mot ? A quoi cela tient-il ?	<ul style="list-style-type: none"> - Dans les situations quotidiennes, identifie correctement les différentes formes de communication - Décrit correctement les différents comportements - Applique avec compétence les différents comportements 		<p>Aptitude à gérer les conflits</p> <p>Aptitude au travail en équipe</p>	<p>Techniques de résolution des problèmes</p>	K4