

Guide méthodique-type communication

Partie spécifique employé(e)s de commerce avec orientation publicité / Profil E

1.12	Idée directrice	En marketing, la publicité classique est un élément du mix de communication. Les connaissances relatives à l'appartenance institutionnelle, aux mécanismes de communication et aux autres instruments de communication font partie des connaissances de base et constituent donc également un élément important de la formation des employés de commerce de la branche publicitaire.
------	-----------------	--

1.12.1	Objectif général	Outre la communication classique, les employés de commerce connaissent les autres instruments de communication et sont en mesure d'argumenter concernant leur mise en œuvre et leurs moyens.
--------	------------------	--

Numéro Titre	Buts des prestations	Les trucs futés	Critères partiels STA	J'assume	Compétence sociale	Compétences méthodologiques	Taxonomie
1.12.1.1 Instrument Relations Publiques-RP	D'un exemple qui m'est donné, je sais déduire de manière indépendante et expliquer en termes simples la fonction, le mécanisme et les domaines d'application de l'instrument RP		<ul style="list-style-type: none"> - Explique en termes simples, sur la base d'un exemple qui lui est donné, la fonction des RP - Décrit avec ses propres mots et avec un exemple le mécanisme des RP - Explique dans l'exemple donné et dans le bon ordre ce que les RP permettent d'atteindre 		Aptitude à la communication	Approche analytique et planifiée	K3
1.12.1.2. Instrument de promotion des ventes et de marketing direct	A l'aide d'exemples tirés de ma pratique quotidienne, je sais distinguer entre les mesures de promotion de vente et de marketing direct.		<ul style="list-style-type: none"> - Mentionne deux moyens de promotion de vente - Montre deux exemples de marketing direct - Montre à l'aide d'un exemple la différence entre MD et promotion des ventes 		Aptitude à l'apprentissage	Réflexion pluridisciplinaire	K3

Guide méthodique-type communication

Partie spécifique employé(e)s de commerce avec orientation publicité / Profil E

1.12.1.3 Instruments sponsoring (parrainage) et manifestation événementielle (event)	Sur la base d'exemples que je choisis, je sais décrire en termes simples les possibilités de mise en œuvre et les différences entre le sponsoring et une manifestation événementielle		<ul style="list-style-type: none"> - Décrit les possibilités offertes par le sponsoring et une manifestation événementielle - Explique en termes simples les différences entre le sponsoring et une manifestation événementielle - Donne deux exemples pour chaque cas 		Aptitude à la communication	Réflexion pluridisciplinaire	K3
---	---	--	---	--	-----------------------------	------------------------------	----

1.12.2	Objectif général	Les employés de commerce sont aussi bien conscients de la signification que de la capacité d'influence de l'image et savent comprendre sa naissance et ses effets.					
--------	-------------------------	--	--	--	--	--	--

Numéro Titre	Buts des prestations	Les trucs futés	Critères partiels STA	J'assume	Compétence sociale	Compétences méthodologiques	Taxonomie
1.12.2.1 Définition de l'image	Je sais expliquer en termes simples à un profane la notion d'image				Aptitude à l'apprentissage	Traitement des informations	K2
1.12.2.2 Eléments de l'image	En fonction de l'exemple d'une personnalité que je choisis, je cite de manière compréhensible pour un profane 3 éléments du mix d'identité		<ul style="list-style-type: none"> - Décrit le mix de trois facteurs d'identité - D'une personne de son choix - En termes compréhensibles pour un profane 		Aptitude à la communication	Réflexion pluridisciplinaire	K3

Guide méthodique-type communication

Partie spécifique employé(e)s de commerce avec orientation publicité / Profil E

Conseil publicitaire et conception

1.13	Idée directrice	Le conseil publicitaire constitue le trait d'union entre mandants et création, entre le développement d'idées et l'exécution. Il faut aspirer à ce que les employés de commerce connaissent les étapes du flux des activités et les structures des agences de publicité et qu'ils sachent ce que comporte le développement d'un concept.
------	-----------------	--

1.13.1	Objectif général	Les employés de commerce comprennent le déroulement des activités dans les agences de publicité et savent ce qu'est un service approprié aux clients.
--------	------------------	---

Numéro Titre	Buts des prestations	Les trucs futés	Critères partiels STA	J'assume	Compétence sociale	Compétences méthodolo- giques	Taxo- nomie
1.13.1.1 Etapes du travail dans une agence de publicité	Je connais les étapes du travail dans une agence de publicité ; je sais décrire en termes simples les spécialistes impliqués et leurs domaines de compétences.		<ul style="list-style-type: none"> - Décrit à l'aide de mots simples les étapes du travail dans une agence de publicité - Connaît les spécialistes impliqués - Décrit leurs domaines de compétences 		Aptitude à la communication	Traitement des informations	K1
1.13.1.2 Service aux clients	Je sais montrer deux erreurs importantes dans le service aux clients qui peuvent entraîner la perte du client.				Responsabilité	Techniques de résolution des problèmes	K2
1.13.1.3 Stratégie et concept	Je choisis les étapes déterminantes des phases conceptuelle et stratégique et montre comment elles peuvent être présentées lors d'une présentation		<ul style="list-style-type: none"> - Choisit les étapes décisives de la phase stratégique - Choisit les étapes déterminantes de la phase conceptuelle - Montre comment elles peuvent être présentées lors d'une présentation 		Responsabilité	Techniques de présentation	K3

Guide méthodique-type communication

Partie spécifique employé(e)s de commerce avec orientation publicité / Profil E

Numéro Titre	Buts des prestations	Les trucs futés	Critères partiels STA	J'assume	Compétence sociale	Compétences méthodolo- giques	Taxo- nomie
1.13.1.4 Briefing créatif	Je sais préparer de manière indépendante un briefing créatif et je recours aux bons instruments		<ul style="list-style-type: none"> - Elabore un briefing complet - De manière indépendante - Recourt aux bons instruments 		Disposition à la performance	Approche analytique et planifiée	K5
1.13.1.5 Offres et contrats	En conformité avec la procédure interne de l'entreprise, je sais m'occuper seul, dans le domaine de la production ou des médias, de l'ensemble du processus d'offres. Cela concerne les demandes d'offres, leur traitement approprié et la préparation indépendante des mandats qui en découlent		<ul style="list-style-type: none"> - Demande des offres dans les domaines médias ou production - Traitement approprié (comparaison) des offres reçues - Prépare de manière indépendante des contrats simples 		Responsabilité	Technique de travail	K3
1.13.1.6 Contrôle des budgets et des factures	Je sais gérer et contrôler les budgets et les factures d'un projet. Sur la base des instructions internes, je fais suivre mes résultats		<ul style="list-style-type: none"> - Contrôle le budget - Contrôle les factures - Fait suivre ses résultats 		Responsabilité	Technique de travail	K3
1.13.1.7 Planification des délais	Je sais formuler de manière indépendante les délais d'un planning de production que j'ai préparé moi-même et, si nécessaire, procéder aux mises en demeure		<ul style="list-style-type: none"> - Etablit sans aide un planning de production pour un produit - Surveillance de manière indépendante les délais - Se renseigne, si nécessaire, de manière indépendante auprès des instances concernées 		Disposition à la performance	Fixer les objectifs et les priorités	K3

Guide méthodique-type communication

Partie spécifique employé(e)s de commerce avec orientation publicité / Profil E

Numéro Titre	Buts des prestations	Les trucs futés	Critères partiels STA	J'assume	Compétence sociale	Compétences méthodolo- giques	Taxo- nomie
1.13.2.1 Droit d'auteur et droit des marques	Je sais expliquer de manière compréhensible pour un profane la principale différence entre le droit d'auteur et le droit des marques		<ul style="list-style-type: none"> - Décrit le droit des marques - Décrit le droit d'auteur - Explique la différence 		Aptitude à l'apprentis- sage	Traitement des informations	K2
1.13.2.2 Interdictions publicitaires	Je sais déterminer sur la base d'un exemple pratique qui m'est donné si cette assertion est admissible sous cette forme en Suisse et ce qui devrait être modifié pour qu'elle le soit		<ul style="list-style-type: none"> - Indique la disposition légale applicable - Détermine si les assertions / publicités sont admissibles - Montre des possibilités qui rendraient ces assertions/ admissibles/ 		Aptitude à la communica- tion	Traitement des informations	K2

Guide méthodique-type communication

Partie spécifique employé(e)s de commerce avec orientation publicité / Profil E

Création, réalisation et production

1.14	Idée directrice	L'élaboration créative d'une idée et sa réalisation constituent un facteur décisif de succès d'une campagne publicitaire. Les employés de commerce doivent donc pouvoir comprendre ces phases de réflexions créatives et maîtriser de manière professionnelle les diverses étapes des réalisations publicitaires
------	-----------------	--

1.14.1.	Objectif général	Les employés de commerce connaissent les critères et les mécanismes créatifs et sont également en mesure de les appliquer dans leurs activités pratiques.
---------	------------------	---

Numéro Titre	Buts des prestations	Les trucs futés	Critères partiels STA	J'assure	Compétence sociale	Compétences méthodologiques	Taxonomie
1.14.1.1 Structure et contenu d'une annonce	Sur la base d'une annonce donnée comme exemple, je sais définir les principales caractéristiques de sa structure et sait expliquer de mon point de vue, l'effet et sa capacité communicationnelle		<ul style="list-style-type: none"> - Indique les principales caractéristiques - Évalue l'effet - Évalue si les objectifs de importantes - Détermine si les objectifs de communication « passent » 		Aptitude au transfert	Réflexion pluridisciplinaire	K1
1.14.1.2 Caractéristiques du spot radio	J'analyse la structure d'un spot radio sur la base d'un exemple pratique que l'on me fait entendre. J'explique les principales caractéristiques de manière compréhensible pour un profane		<ul style="list-style-type: none"> - Analyse la structure d'un spot - Énumère les principales caractéristiques - De manière compréhensible pour un profane 		Aptitude à la communication	Approche analytique et planifiée	K3
1.14.1.3 Spots TV et cinéma	Je connais quelques expressions de la production TV et cinéma ainsi que les étapes d'une production film/vidéo et cite quels professionnels sont impliqués		<ul style="list-style-type: none"> - Connaît les notions courantes - Énumère les étapes de la production film/vidéo - Décrit les professionnels impliqués et leurs fonctions 		Aptitude à l'apprentissage	Traitement des informations	K1

Guide méthodique-type communication

Partie spécifique employé(e)s de commerce avec orientation publicité / Profil E

1.14.2	Objectif général	Les employés de commerce sont occupés aux techniques et aux applications de différentes formes de réalisations publicitaires ; ils sont également en mesure d'en confier l'exécution sous forme de mandat.
--------	------------------	--

Numéro Titre	Buts des prestations	Les trucs futés	Critères partiels STA	J'assume	Compétence sociale	Compétences méthodologiques	Taxonomie
1.14.2.1 Étapes de la production d'une publicité écrite	Sur la base d'un exemple pratique donné, je sais expliquer de manière détaillée les différentes étapes de réalisation, du layout en passant par la photographie, la traduction, jusqu'à la PAO. A cet effet, je prends en considération les compétences des personnes concernées et les contraintes d'horaire du moment		<ul style="list-style-type: none"> - Décrit de manière détaillée, sur la base de l'exemple donné, les étapes normales de la production d'un imprimé en cours de réalisation - Cite les différentes responsabilités pour les étapes ci-dessus. - Donne pour chacune des étapes ci-dessus son estimation en matière d'horaire 		Responsabilité	Technique de travail	K3
1.14.2.2 Instruments de contrôle et d'évaluation	De manière compréhensible pour un client, je sais expliquer trois instruments de contrôle (épreuve/proof)		<ul style="list-style-type: none"> - Connaît trois instruments de contrôle - Indique les avantages des épreuves - Indique les avantages des différents proofs 		Aptitude à la communication	Traitement des informations	K2

Guide méthodique-type communication

Partie spécifique employé(e)s de commerce avec orientation publicité / Profil E

1.14.3	Objectif général	Les employés de commerce traitent des techniques de production tant bien dans le domaine des imprimés que de l'audiovisuel ; ils sont également en mesure d'en confier le mandat d'exécution.
--------	------------------	---

Numéro Titre	Buts des prestations	Les trucs futés	Critères partiels STA	J'assume	Compétence sociale	Compétences méthodologiques	Taxonomie
1.14.3.1 Procédés d'impression	Je sais esquisser pour un profane les principales étapes d'un procédé d'impression	Il peut s'agir d'offset, d'hélio ou d'impression numérique	<ul style="list-style-type: none"> - Esquisse les étapes d'un procédé d'impression - L'esquisse comporte les phases principales - Les étapes sont présentées selon leur déroulement logique 		Aptitude à l'apprentissage	Techniques de présentation	K2
1.14.3.2 Ennoblement du papier	Je sais décrire correctement les procédés les plus courants d'ennoblement du papier		<ul style="list-style-type: none"> - Mentionne les possibilités d'ennoblement du papier - Indique les plus courantes - Décrit le traitement 		Aptitude à l'apprentissage	Traitement des informations	K1
1.14.3.3 Internet	Je connais l'architecture d'Internet de même que des termes qui y sont liés et suis en mesure de les expliquer à un profane		<ul style="list-style-type: none"> - Décrit l'architecture d'Internet - Indique quelques termes liés à Internet - De manière compréhensible pour un profane 		Aptitude à la communication	Réflexion pluridisciplinaire	K2

Planification et recherche médias

1.15	Idée directrice	Utiliser les médias conformément à leur destination implique une planification stratégique appropriée. C'est pourquoi, la consultation et l'analyse des données de base relatives aux différents supports publicitaires sont importantes pour les décisions que prennent les employés de commerce de la branche publicitaire.
------	-----------------	---

1.15.1	Objectif général	Les employés de commerce manifestent leur de l'intérêt pour les principales études qui constituent les bases du choix des supports publicitaires ; ils maîtrisent la terminologie professionnelle la plus courante de la planification médias.
--------	------------------	--

Numéro Titre	Buts des prestations	Les trucs futés	Critères partiels STA	J'assume	Compétence sociale	Compétences méthodologiques	Taxonomie
1.15.1.1 Structure de la planification médias	Sur la base d'un exemple que j'ai choisi, je décris les principales étapes d'une planification médias, mentionne les réflexions stratégiques ainsi que les critères sur la base desquels les instruments publicitaires ont été sélectionnés pour un produit spécifique.		<ul style="list-style-type: none"> - Enumère correctement les principales étapes d'une planification médias - Mentionne les réflexions stratégiques pour la sélection des supports publicitaires - Mentionne les critères pour la sélection de supports publicitaires 		Aptitude à la communication	Réflexion pluridisciplinaire	K3

Guide méthodique-type communication

Partie spécifique employé(e)s de commerce avec orientation publicité / Profil E

1.15.2	Objectif général	Les employés de commerce connaissent les spécificités, la mise en œuvre et l'ordre de grandeur des coûts des principaux médias (supports publicitaires).					
Numéro Titre	Buts des prestations	Les trucs futés	Critères partiels STA	J'assume	Compétence sociale	Compétences méthodologiques	Taxonomie
1.15.2.1 Journaux et feuilles d'annonces	A l'aide de mots-clés, je décris les principales caractéristiques des journaux et feuilles d'annonces. Je cite les trois titres de ma région linguistique ayant les plus forts tirages et indique le prix approximatif d'une page de publicité		<ul style="list-style-type: none"> - Décrit les principales caractéristiques des journaux et des feuilles d'annonces - Mentionne les trois plus forts tirages - Mentionne le prix approximatif d'une page de publicité dans les titres susmentionnés 		Aptitude à l'apprentissage	Traitement des informations	K1
1.15.2.2 Magazines grand-public, professionnels et intérêt général	A l'aide de mots-clés, je décris les principales caractéristiques des différents magazines. Je cite également les trois titres de ma région linguistique ayant les plus forts tirages et indique le prix approximatif de la page d'annonces.		<ul style="list-style-type: none"> - Décrit à l'aide de mots-clés les principales caractéristiques des différents magazines - Mentionne les trois plus forts tirages - Mentionne le prix approximatif d'une page d'annonces dans les titres susmentionnés 		Aptitude à l'apprentissage	Traitement des informations	K1
1.15.2.3 Opérateurs TV	A l'aide de mots-clés, je décris les principales caractéristiques des opérateurs TV de droit public et de droit privé locaux et montre les différences essentielles		<ul style="list-style-type: none"> - Décrit à l'aide de mots-clés les caractéristiques de la TV de droit public - Décrit à l'aide de mots-clés les caractéristiques de la télévision privée - Montre les principales différences. 		Aptitude à l'apprentissage	Traitement des informations	K2

Guide méthodique-type communication

Partie spécifique employé(e)s de commerce avec orientation publicité / Profil E

Numéro Titre	Buts des prestations	Les trucs futés	Critères partiels STA	J'assume	Compétence sociale	Compétences méthodolo- giques	Taxo- nomie
1.15.2.4 Cinéma	A l'aide de mots-clés, je décris les principales caractéristiques et offres publicitaires dans les cinémas		<ul style="list-style-type: none"> - Connaît les possibilités publicitaires dans les cinémas - Sait à quel public-cible principal s'adresse cette publicité - Connaît, du point de vue publicitaire, d'autres caractéristiques typiques du cinéma 		Aptitude au transfert	Approche pluridisciplinaire	K3
1.15.2.5 Radios locales	A l'aide de mots-clés, je sais décrire les principales caractéristiques des radios locales.				Aptitude à la communication	Traitement des informations	K1
1.15.2.6 Affichage	Je sais citer les quatre principaux formats d'affichage. Je sais décrire les principales caractéristiques de la publicité par voie d'affichage en fonction d'un groupe-cible déterminé. J'énumère les groupes de produits interdits d'affichage.		<ul style="list-style-type: none"> - Enumère correctement les 4 formats d'affichage les plus courants - Décrit en termes simples les principales caractéristiques de l'affichage visant un groupe-cible déterminé. - Enumère de manière professionnelle les groupes de produits interdits d'affichage 		Aptitude à la communication	Approche pluridisciplinaire	K3
1.15.2.7 Internet	Je sais décrire de manière détaillée deux formes différentes de publicité sur Internet, tant du point de vue de l'utilisation que des possibilités de présentation.		<ul style="list-style-type: none"> - Mentionne 2 formes différentes de publicité - Mentionne 2 possibilités d'utilisation - Mentionne 2 possibilités de présentation 		Aptitude à la communication	Traitement des informations	K2

Guide méthodique-type communication

Partie spécifique employé(e)s de commerce avec orientation publicité / Profil E