

REPUBLIQUE TUNISIENNE
MINISTERE DE LA FORMATION PROFESSIONNELLE ET DE L'EMPLOI
AGENCE TUNISIENNE DE LA FORMATION PROFESSIONNELLE

CENTRE SECTORIEL DE FORMATION AUX METIERS DU TERTIAIRE GAMMARTH

Livret de Formation en Alternance

Secteur : Tertiaire

Branche : Commerce

Section : Technicien Supérieur en Commerce

Niveau : Brevet de Technicien Supérieur (Niveau IV)

NOM ET PRÉNOM :

SECTION 1^{ère} année :

SECTION 2^{ème} année :

PROMOTION : FEVRIER 2010 / JUILLET 2012.

1- Présentation du CSFMT Gammarth :

Le CSFMT Gammarth assure une formation initiale dans les métiers du tertiaire. Les programmes ont été élaborés en collaboration avec les entreprises selon l'approche par compétences.

La formation est assurée dans les filières suivantes selon le mode résidentiel ou alternance.

Niveau de formation	Mode de formation	
	Résidentiel	Alternance
Brevet de Technicien Supérieur	- Technicien Supérieur en Comptabilité et Finance - Technicien Supérieur en Commerce International	- Technicien Supérieur en Commerce
Brevet de Technicien Professionnel	- Comptable d'Entreprise	- Technicien en Commerce de Distribution - Technicien de Soutien en Informatique de Gestion

Le centre dispose des ressources humaines et matérielles suivantes ;

1-1- Ressources humaines:

- 78 Formateurs
- 5 Cadres assurent l'organisation du travail administratif, financier et pédagogique du centre;
- 15 personnes d'appui assurent le déroulement des activités du centre et la vie des stagiaires au centre;
- 9 ouvriers sont chargés des tâches de cuisine et d'entretien du centre

1-2- Ressources matérielles:

1-2-1- Espaces de formation :

- 30 salles de cours;
- 14 salles d'informatiques;
- 1 laboratoire d'informatique;
- 3 salles d'organisation de bureau;
- 1 salle audio utilisée pour les différentes projections et l'écoute de cassettes vidéo;
- 2 terrains de sport.

1-2-2- Moyens communs :

- Un centre de ressources contenant ;
 - Une salle de lecture;
 - Une salle informatique;
 - Des outils pédagogiques (cassettes vidéo, CD de formation et une documentation riche et variée en gestion, informatique, commerce, secrétariat, communication écrite et orale, romans...);
- Une ligne spécialisée permet à toutes les salles d'informatique et à tous les bureaux d'être connectés à Internet;
- La gestion pédagogique est assurée par un système de réseau interne.

2- Les acteurs de la formation :

2-1- L'apprenant : (Partie à remplir par l'apprenant)

Nom : Prénom :

N° CIN : N° Inscription :

Date de naissance :/...../..... Lieu :

Adresse personnelle :

.....
.....

Adresse des parents :

.....
.....

N° Tél : GSM : E-mail :

.....

Niveau scolaire:

Promotion :

Motivation par rapport à la formation choisie :

.....
.....
.....

2-2-Le tuteur du centre :

Nom : Prénom :

N° Tél : GSM : Fax :

E-mail:

Domaine d'activité exercée:

.....
.....
.....

Partie réservée à l'entreprise

2-4- Entreprise d'accueil lors du 2^{ème} passage (2^{ème} année) :

Nom :

Adresse :

.....

Raison sociale :

Nom et prénom du premier responsable:

Lieu de formation :

Service dans l'entreprise d'accueil :

Nom et prénom du tuteur de l'entreprise :

Description brève des tâches à effectuer dans l'entreprise:

.....

.....

Description brève des équipements utilisés lors de l'exécution des tâches :.....

.....

.....

Tuteur :

Nom :

Prénom :

N° Tél : N° Fax : E-mail:

.....

Fonction dans l'entreprise :

Domaine d'activités exercés:

.....

.....

Objectifs fixés par la fonction de tutorat:

.....

Motif du changement de la première entreprise à la deuxième entreprise :.....

.....

.....

3- Rôle du livret de suivi :

3-1- Document de liaison entre l'entreprise et le centre de formation :

La formation professionnelle selon le principe de l'alternance repose sur une répartition des connaissances données par le centre et l'entreprise à l'apprenant. Le présent livret vise à établir un contact permanent entre l'entreprise d'accueil, le responsable pédagogique du centre de formation et l'apprenant. Ce livret de suivi doit être un des outils du système relationnel TUTEUR/FORMATEUR pour le suivi et la qualité de la formation. Il permet de connaître et de suivre, au niveau :

➤ Du fonctionnement de la formation :

- Les informations du centre de formation ;
- Les communications particulières ou observations ;
- La progression pratique de la formation de l'apprenant ;
- L'évaluation
- Le calendrier des alternances ;
- Le pointage des absences / présence à remplir à chaque alternance par le tuteur

➤ Du développement personnel :

Peut servir de portefeuille de compétences, pour attester des compétences acquises par l'apprenant, au travers de sa formation et de ses missions en entreprise.

Le livret de suivi doit être un outil polyvalent, il comporte les thèmes de travail à traiter en entreprise qui seront validés par le tuteur.

3-2- Respect des règles d'hygiène et de sécurité :

1. Les apprenants ne doivent en aucun cas manger dans les endroits de travail de l'entreprise
2. L'apprenant doit nettoyer l'endroit où il a travaillé de toute saleté causée par lui

3. L'entreprise de sa part est invitée à renseigner l'apprenant sur les aspects de sécurité (les consignes de secours, les issues de secours, machines nécessitant des consignes spéciales, ..)
4. Les apprenants doivent se conformer aux consignes de la sécurité affichées ou annoncées verbalement.
5. Les apprenants fumeurs ne doivent fumer que dans les endroits réservés pour cet effet
6. En cas d'accident, le centre prend en charge l'apprenant. L'apprenant doit en aviser le tuteur relais.

4- L'engagement tripartite :

L'alternance est une forme d'éducation :

La réussite de cette forme d'éducation suppose qu'une coordination étroite soit établie entre l'organisme de formation et les entreprises, afin que les apprenants puissent bénéficier d'une formation cohérente et efficace.

L'entreprise s'engage à :

- Assurer à l'apprenant une formation professionnelle, méthodique et complète
- L'employeur s'engage notamment à lui confier, sous sa responsabilité directe ou celle d'un salarié agréé comme tuteur, des tâches ou des postes lui permettant d'exécuter des opérations ou travaux conformes à une progression de formation en accord avec le centre
- Participer aux activités destinées à coordonner la formation dispensée par le centre avec celle assurée en entreprise
- Informer le centre en cas d'absence du stagiaire et ne réintégrer l'apprenant au sein de l'entreprise qu'après en avoir débattu avec les responsables du centre
- Veiller à ce que les pages du livret de suivi soient complétées par l'apprenant à l'issue de chaque période en entreprise

VISA DE L'ENTREPRISE

.

Le CSFMT Gammarth s'engage à :

- Assurer la coordination entre la formation qu'il dispense et celle assurée en entreprise
- Disposer aux apprenants un enseignement général, technique, théorique et pratique
- Arrêter d'un commun accord avec l'entreprise un cahier des charges de l'apprenant en entreprise
- Désigner pour chacun des apprenants un responsable pédagogique chargé d'assurer le suivi
- Diffuser aux entreprises tout document pédagogique pouvant aider celui-ci à assurer une bonne formation pratique
- Fournir le livret de suivi à l'entreprise chaque fois que cela s'avère nécessaire
- Suivre l'assiduité de l'apprenant en formation

VISA DU CENTRE

.

L'apprenant s'engage à :

- Travailler pour cette entreprise et effectuer les travaux qui lui sont confiés
- Ne pas s'absenter de l'entreprise ou du centre sans en être autorisé sous peine de sanction
- Respecter le règlement intérieur de l'entreprise et du centre de formation
- Ne sortir de l'entreprise aucun document sans qu'il soit visé par son tuteur (risque d'erreur, information confidentielle,...)
- Tenir à jour son livret de suivi et veiller à ce qu'il soit rempli et visé régulièrement par le responsable pédagogique et son tuteur
- Mettre à disposition son livret de suivi lors de chaque période de formation et lors des visites de suivi en entreprise

VISA DE L'APPRENANT

.

Finalité et objectifs du BTS COMMERCE

Le contenu de la formation BTS Commerce est particulièrement bien adapté à l'environnement actuel des entreprises. Très professionnalisé, il prépare les candidats à la gestion et au développement d'un point de vente, d'une agence commerciale ou encore d'un centre de profit, dans des domaines très diversifiés : banque, assurance, distribution...

L'objectif de cette formation est de donner aux apprenants une vision mercatique des marchés qui tient compte des évolutions récentes : individualisation des attentes des clients, demande de services croissante et recours aux nouvelles technologies de l'information et de la communication. Ils acquièrent également, au cours de leur formation, des compétences dans les domaines du management, de la gestion commerciale, de la gestion et l'animation de l'offre, du suivi de la clientèle et en conduite de projets commerciaux.

***ENONCE ET PROGRESSION DES
COMPETENCES LORS DU
DEUXIEME PASSAGE EN ENTREPRISE***

DEUXIEME ANNEE

Les objectifs du stage d'intégration

Compétences professionnelles à acquérir et activités à mener

Domaine d'activité	Activités à confier au stagiaire
<p>Marketing</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Repérer les sources documentaires ; 2. Sélectionner les informations ; 3. Mettre à disposition les informations ; 4. Exploiter des études mercatiques et commerciales ; 5. Analyser les informations. 	<p>Analyse du rayon / du magasin et de son environnement : Activité, métiers, organisation, marché et zone de chalandise : concurrents, clients/prospects, performances commerciales et financières...</p> <p>Etude du fonctionnement de l'équipe commerciale :</p> <ul style="list-style-type: none"> - recrutement, rémunération, animation, statuts, missions, style et outils du management. - fonctionnement, hiérarchie, tâches, organisation du travail, répartition des horaires. <p>Analyse du système d'information commerciale de l'enseigne et du rayon :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Organisation des données, matériels, logiciels, procédures d'accès et de manipulation des données (alimentation, interrogation, de consultation,...). - Sources d'informations sur le marché, les clients (caractéristiques, satisfaction, fidélité...), les concurrents...
<p>Fonctionnement courant & Merchandising</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Assurer le fonctionnement du point de vente ; 2. Suivre le cycle d'exploitation ; 3. Organiser la maintenance, l'entretien et le renouvellement des équipements ; 4. Traiter les incidents ; 5. Assurer la communication des résultats ; 6. Sélectionner et mettre en forme <div style="text-align: right;">Diffuser ;</div> 	<p>Gestion courante du rayon</p> <ul style="list-style-type: none"> - Présentation des produits : rangement, étiquetage, balisage... - Contrôle du respect de la réglementation : hygiène, sécurité, étiquetage. - Vérification et fixation des prix. - Prise en compte des remarques des clients et reporting. <p>Réalisation d'un diagnostic du fonctionnement courant du rayon en termes de points forts et points faibles</p> <ul style="list-style-type: none"> - Attractivité : clarté, facteurs d'ambiance... - Application de la réglementation commerciale : étiquetage, hygiène et sécurité. - Etat des équipements. - Performances commerciales et financières (chiffre d'affaires, marge, rentabilité, démarque...). - Respect des objectifs du magasin. - Proposition d'améliorations.

<p>7. Mettre en place un espace commercial attractif et fonctionnel ;</p> <p>8. Agencer la surface de vente ;</p> <p>9. Mettre en valeur les produits et assurer la visibilité des services.</p>	<p>Mise en place des produits et des services et analyse de leur visibilité et attractivité</p> <ul style="list-style-type: none"> - Implantation du linéaire en respectant les règles spécifiques au rayon. - Repérage des insatisfactions des clients ou des dysfonctionnements d'organisation. - Propositions d'améliorations. <p>Optimiser l'implantation d'une ou plusieurs familles de produits</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analyse d'une famille. - Proposition justifiée de modification d'implantation respectant la politique merchandising... <p>Analyse des conséquences d'une réimplantation du linéaire</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mise en valeur des changements effectués. - Mesure des performances. - Proposition d'améliorations.
Contact avec la clientèle	Activités à confier au stagiaire
<p>1. Vendre ;</p> <p>2. Préparer l'entretien de vente ;</p> <p>3. Etablir le contact avec le client ;</p> <p>4. Argumenter ;</p> <p>5. Conclure la vente ;</p> <p>6. Assurer la qualité du service à la clientèle ;</p> <p>7. Accueillir, informer, conseiller ;</p> <p>8. Gérer les insatisfactions et les suggestions ;</p> <p>9. Suivre la qualité des prestations.</p>	<p>Préparation des contacts clients</p> <ul style="list-style-type: none"> - Connaissance de la clientèle : caractéristiques, besoins, motivations, attentes, critères de choix... - Connaissance de l'offre (produits et services) : caractéristiques techniques et commerciales... - Connaissance du contexte de marché. - Analyse, élaboration de supports : argumentaire, plaquette de présentation de produits, plan de découverte, scripts, charte d'accueil, bible de traitement des réclamations... - Définition du contexte : objectifs, marges de manœuvre (concessions possibles...), <p>Réalisation des contacts commerciaux (vente, relation de service, négociation...)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mise en œuvre d'une méthode rigoureuse (identification des clients, découverte des besoins, argumentation...). - Maîtrise des dimensions du contact client : établir la relation, faire naître et maintenir la confiance, défendre ses exigences et convaincre, conserver la maîtrise de l'entretien, faire aboutir la négociation et conclure. <p>Participation aux actions de marketing après vente</p> <ul style="list-style-type: none"> - Suivi des commandes - Analyse et traitement des réclamations - Suivi et analyse de la satisfaction des clients - Suivi de la qualité des prestations

Gestion des stocks	Activités à confier au stagiaire
<ol style="list-style-type: none"> 1. Gérer les achats et les approvisionnements ; 2. Assurer la qualité du processus d'approvisionnement ; 3. Sélectionner les fournisseurs ; 4. Négocier les achats ; 5. Enrichir le système d'information commerciale ; 6. Mettre à jour les fiches de stocks. 	<p>Prise en charge des approvisionnements</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gestion des stocks - Calcul des commandes. - Utilisation du système d'information sur l'évolution des ventes, des stocks, des approvisionnements. - Alimenter le système d'information : tableau de bord, <p>Repérage et analyse des dysfonctionnements dans les domaines de la régularité des approvisionnements et de la gestion des stocks pour une catégorie de produits déterminée</p> <ul style="list-style-type: none"> - Caractéristiques générales de la famille : intensité et régularité de la demande, indicateurs (rotation, cadence des approvisionnements, couverture...), - Evaluation de l'optimisation des approvisionnements (régularité, niveaux de stock, ruptures...), - Impact de l'organisation sur la démarque... - Adaptation du processus de commande (rapidité, déclenchement...) - Proposition d'améliorations prenant en compte les spécificités liées à la nature du produit (ex. : DLC) ou au contexte de marché (ex. : actions des concurrents).
Organisation du travail	<p>Participation à l'organisation du travail de l'équipe commerciale</p> <ul style="list-style-type: none"> - Réunions - Animations d'équipes <p>Analyse de l'organisation de l'équipe commerciale :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Répartition des tâches entre les membres de l'équipe (ex. : construction / analyse d'un tableau de répartition des tâches, des horaires) - Evaluation de l'efficacité commerciale : proximité de l'équipe (en quantité et en compétence) avec la clientèle (flux, niveau de service, attentes), - Evaluation de l'adaptation de l'équipe (taille, compétences) aux besoins de gestion du rayon, - Quantification des dysfonctionnements par des indicateurs et recherche de leurs causes, - Proposition d'améliorations prenant en considération les contraintes spécifiques du point de vente (consignes, procédures...) et la réglementation générale. - Présentation des améliorations proposées aux responsables du point de vente.
<ol style="list-style-type: none"> 1. Organiser le travail ; 2. Répartir les tâches ; 3. Animer l'équipe ; 4. Evaluer l'organisation du travail ; 5. Intégrer les technologies de l'information dans son action quotidienne ; 6. Organiser son activité ; 7. Organiser l'activité de l'équipe. 	

Ces objectifs sont liés aux compétences que le stagiaire doit acquérir dans le cadre de son BTS :

N°	COMPETENCES
3	Communiquer dans le milieu du travail + Avant stage
10	Prospecter la clientèle.
12	Vendre un bien et/ou un service.
13	Administrer les ventes.
14	Assister une équipe de vente.
16B	Exploiter les documents comptables et les données financières.
17	Préparer les documents fiscaux.
18	Optimiser la rotation des stocks.
19	Rentabiliser une surface de vente.
20	Communiquer en anglais commercial.
21	Assister à l'élaboration d'une stratégie commerciale.
22	Exploiter un progiciel de gestion commerciale
23A	Initiation à la recherche d'emploi.

Lieu du stage : Le stagiaire doit passer obligatoirement son stage :
dans une grande surface (grande distribution),
et/ou
dans une entreprise commerciale (de bien et/ou de service),

N.B : les banques, les assurances, les services postaux et les administrations sont exclus.

Partie réservée à l'encadreur

Énoncés de la compétence	Éléments de la compétence	1 ^{ère} visite .../.../.... Élément réalisé		2 ^{ème} visite .../.../.... Élément réalisé		3 ^{ème} visite .../.../.... Élément réalisé	
		OUI	NON	OUI	NON	OUI	NON
C3 : Communiquer dans le milieu du travail	-Recevoir l'information -Traiter objectivement l'information -Transmettre à qui de droit l'information -Travailler en équipe						
C10 : Prospecter la clientèle	-Préparer le fichier des prospects -Préparer la prospection -Préparer un mailing -Aborder le prospect -Concrétiser la prospection -Suivi des prospects / client	OUI	NON	OUI	NON	OUI	NON
C12 : Vendre un bien et/ou service	-Accueillir la clientèle -Découvrir les besoins du client -Mener une négociation commerciale -Conclure une vente	OUI	NON	OUI	NON	OUI	NON
C13 : Administrer les ventes	-Planifier son travail -Organiser son bureau -Assurer l'administration des ventes	OUI	NON	OUI	NON	OUI	NON
C14 : Assister une équipe de vente	-Déterminer l'équipe de vente -Suivre l'équipe de vente -Animer l'équipe de vente	OUI	NON	OUI	NON	OUI	NON

Énoncés de la compétence	Éléments de la compétence	1 ^{ère} visite .../.../.... Élément réalisé		2 ^{ème} visite .../.../.... Élément réalisé		3 ^{ème} visite .../.../.... Élément réalisé	
		OUI	NON	OUI	NON	OUI	NON
C16 : Exploiter les documents comptables et les données financières	-Utiliser les documents comptables -Reconnaître les grandes masses des états financiers -Rapprocher les états financiers des états comptables -Analyser la situation financière de l'entreprise						
C17 : Préparer les documents fiscaux	-Définir la fiscalité -Classifier les différents imports -Appliquer la législation fiscale	OUI	NON	OUI	NON	OUI	NON
C18 : Optimiser la rotation des stocks	- Assurer l'approvisionnement - Evaluer les différents types de stocks	OUI	NON	OUI	NON	OUI	NON
C19 : Rentabiliser une surface de vente	-Etudier la fonction de distribution -Composer l'assortiment -Manipuler les techniques de présentation d'un linéaire -Etudier la rentabilité d'un linéaire	OUI	NON	OUI	NON	OUI	NON
C20 : Communiquer en anglais commercial	-Ecrire une lettre commerciale en anglais -Manipuler les documents commerciaux en anglais -Répondre à une communication téléphonique en anglais -Négocier en anglais	OUI	NON	OUI	NON	OUI	NON
C21 : Assister à l'élaboration d'une stratégie permettant la mise en marché d'un produit ou d'un service	-Appliquer les 4 plans marketing de service -Assister à l'élaboration d'une stratégie marketing sur le territoire national et/ou international	OUI	NON	OUI	NON	OUI	NON

Enoncés de la compétence	Éléments de la compétence	1 ^{ère} visite .../.../.... Élément réalisé		2 ^{ème} visite .../.../.... Élément réalisé		3 ^{ème} visite .../.../.... Élément réalisé	
		OUI	NON	OUI	NON	OUI	NON
C 22 : Exploiter on progiciel de gestion commerciale	- Elaborer une base de données -Gérer les ventes -Assurer le suivi informatique des clients -Assurer le suivi des fournisseurs -Gérer les stocks						
C23 : Stage II d'intégration	-Participer aux activités commerciales de l'entreprise -S'intégrer à la vie professionnelle	OUI	NON	OUI	NON	OUI	NON

MOIS DE FEVRIER

	Activités réalisées
Semaine 1	
Semaine 2	
Semaine 3	
Semaine 4	

MOIS DE MARS

	Activités réalisées
Semaine 1	
Semaine 2	
Semaine 3	
Semaine 4	

MOIS D'AVRIL

	Activités réalisées
Semaine 1	
Semaine 2	
Semaine 3	
Semaine 4	

MOIS DE MAI

	Activités réalisées
Semaine 1	
Semaine 2	
Semaine 3	
Semaine 4	

MOIS DE JUIN

	Activités réalisées
Semaine 1	
Semaine 2	
Semaine 3	
Semaine 4	

Partie réservée au tuteur

EVALUATION DU PROJET (STAGE D'INTEGRATION)

Tuteur
◆ Analyse / compréhension du problème commercial lié au projet et de la finalité du projet Capacité à comprendre les situations ou à résoudre un problème en les décomposant en éléments simples (ex. : comprendre une grille) 0 - Très faible. 1 - Faible 2 - Bonne 3 - Excellente
◆ Importance / utilité du projet pour l'unité commerciale 0 - Très faible. 1 - Faible 2 - Bonne 4 - Excellente
◆ Organisation des tâches 0 - A systématiquement besoin d'aide pour s'organiser dans son travail 1 - Manque d'organisation dans son travail 2 - Organise son travail personnel afin d'en améliorer l'efficacité 3 - Coordonne les activités et tâches d'une équipe afin d'en améliorer l'efficacité
◆ Respect des délais 0 - Aucun respect du planning établi au départ 1 - Retards importants 2 - Planning correctement respecté 3 - Planning respecté avec la plus grande rigueur
◆ Communication 0 - Absence totale de remontée d'informations sur le projet 1 - Fournit des informations sur l'état d'avancement du projet uniquement sur demande 2 - Informe oralement régulièrement les responsables de l'état d'avancement du projet 3 - Fournit régulièrement un état synthétique résumant l'état d'avancement du projet
◆ Pragmatisme 0 - Manque systématiquement de pragmatisme 1 - A souvent besoin d'aide pour trouver les moyens appropriés à une action 2 - Parvient en général à trouver les moyens appropriés et rapides 3 - Trouve les moyens les plus appropriés et les plus rapides
◆ Créativité 0 - Manque généralement de créativité 1 - Peut faire des propositions originales 2 - Faut généralement preuve de créativité 3 - Propose des solutions originales, inédites
◆ Contact 0 - Se montre mal à l'aise dans les relations avec les autres 1 - A parfois des difficultés relationnelles 2 - Noue facilement des relations avec les autres 3 - Noue facilement de bonnes relations avec les autres
Note :/25

Date :

Signature :

Observations de l'apprenant :

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Observations du tuteur de l'entreprise :

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Observations du tuteur du centre :

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Fiche d'assiduité de l'apprenant :

J M	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	SIGNATURE & CACHET			
Février																																			
Mars																																			
Avril																																			
Mai																																			
Juin																																			

- P : Présent**
- A : Absent**
- R : Retard**
- M : Maladie**

Signature du tuteur de l'entreprise

Partie réservée à l'encadreur

FICHE D'APPRECIATION : Evaluation formative

Compétences	Non acquise	Partiellement acquise	Acquise
C3 : Communiquer dans le milieu du travail			
C10 : Prospecter la clientèle			
C12 : Vendre un bien et/ou service			
C13 : Administrer les ventes			
C14 : Assister une équipe de vente			
C16 : Exploiter les documents comptables et les données financières			
C17 : Préparer les documents fiscaux			
C18 : Optimiser la rotation des stocks			
C19 : Rentabiliser une surface de vente			
C20 : Communiquer en anglais commercial			
C21 : Assister à l'élaboration d'une stratégie permettant la mise en marché d'un produit ou d'un service			
C 22 : Exploiter on progiciel de gestion commerciale			
C23 : Stage II d'intégration			