

CEJMA

BTS NDRC

Les supports publiés ici, sont des supports de formation et n'ont pas pour objet d'être prescriptifs. Ils présentent les contenus des rénovations, leurs modalités de mise en œuvre ainsi que des pistes d'exploitation pédagogiques.

ORGANISATION PEDAGOGIQUE

- ⦿ 1 heure
- ⦿ N'est pas le TD de CEJM

Le professeur en charge de CEJM appliquée doit être en mesure de conduire les approfondissements professionnels attendus. Pour cela, il doit être réellement imprégné des contextes professionnels liés aux activités couvertes par le BTS NDRC, qui permettront de conduire les compléments de manière satisfaisante.

ORGANISATION PEDAGOGIQUE

Une coordination et une articulation très fortes doivent être trouvées avec le « tronc commun » et les différents blocs de compétences.

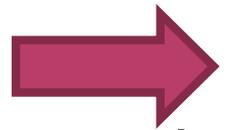
L'ensemble de l'équipe pédagogique pourra, dans le cadre des contextes proposés et des ressources mobilisées dans les ateliers de professionnalisation, convoquer des éléments propres à la CEJM

Pour répondre, au fil des deux années de formation, aux besoins des étudiants qui émergent des situations professionnelles et assurer la coordination entre CEJM, CEJM appliquée, les blocs et les ateliers, il convient de prévoir une mise en ligne/un partage des contenus traités. Une base de ressources partagées est ainsi à construire progressivement

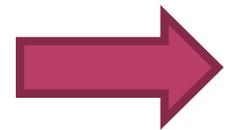
LIBERTE PEDAGOGIQUE ?

Quelles suggestions ?

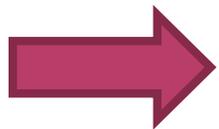
CEJM et CEJMA : par tous et pour tous



ne peut être une discipline en silo, ni en solo



à associer aux enseignements du champ professionnel



à coupler avec les blocs et/ou AP

CEJMA : QUELS CONTENUS ?

Les contenus sont à retrouver dans
les savoirs associés aux différents
blocs de compétences

EXEMPLE : BLOC 1 DE COMPÉTENCES RELATION CLIENT ET NÉGOCIATION-VENTE

Savoirs associés		
Marketing <ul style="list-style-type: none"> Marketing stratégique, marketing opérationnel (mix) Marché et politiques commerciales (offre, demande, environnement, concurrence, positionnement, marchéage, prix, produits, communication) Comportement d'achat du consommateur/usager Politique de marque Marketing événementiel Marketing relationnel (conquête client, fidélisation) Conquête de marché, démarches et techniques de prospection (objectifs, diagnostic, segmentation, ciblage, positionnement, actions) 	Communication/Négociation <ul style="list-style-type: none"> Théories et concepts de communication Communication interpersonnelle Éléments psychologiques et sociologiques d'analyse de relation interpersonnelle (personnalité, rôles, jeux de pouvoir, groupe, efficacité relationnelle) Formes et situations de communication (face-à-face, à distance, téléphonique, etc.) Stratégies de communication (événementielle, unifiée, digitale, etc.) Négociation-vente (situations, diagnostic client, B-to-B, B-to-G, marges de manoeuvre, conflits, litiges, etc.) 	Gestion commerciale <ul style="list-style-type: none"> Évaluation de la performance et de l'activité commerciales (indicateurs de pilotage, tableau de bord, résultats, coûts, risque, etc.) Analyse quantitative et qualitative de la relation client et du portefeuille clients (valeur client, marge, rentabilité, indicateurs de fidélisation, comportement d'achat, etc.) Gestion budgétaire Règlements et financements Gestion du temps Organisation commerciale et prospection opérationnelle (plan de tournées, couverture géographique, géolocalisation)
Management <ul style="list-style-type: none"> Gestion de la performance collective (organisation activité, valorisation, animation, motivation) Communication managériale 	Statistiques/représentations graphiques <ul style="list-style-type: none"> Data client Analyse des indicateurs commerciaux (évolutions, position, dispersion, révision) Techniques de prévision des ventes Représentations graphiques 	Savoirs technologiques/web <ul style="list-style-type: none"> Veille commerciale Système d'information commerciale (collecte, stockage, traitement, partage de l'information) Applications et logiciels commerciaux et de relation client (PGI, CRM, logiciels réseaux) Outils de communication et de gestion commerciale (outils et applications nomades, questionnaires d'activité, de tournées et de projets, planification, etc.)
Savoirs rédactionnels <ul style="list-style-type: none"> Règles générales de communication écrite Procédés d'écriture et genre des écrits professionnels commerciaux (lettres, notes, rapports, compte rendus, Email, propositions commerciales, etc.) Lexique commercial et sectoriel 	Savoirs juridiques <ul style="list-style-type: none"> Protection des données (droits et obligations) Droit de la consommation (information et protection du consommateur) Relations contractuelles commerciales Contrat de vente (conditions générales de ventes, crédits, recours et litiges commerciaux) Réglementation de la concurrence 	

Vigilance

. les savoirs associés aux trois blocs qui ont été apposés dans le tableau ne sauraient être lu comme un « programme » indicatif de CEJM appliquée. Ces savoirs résultent davantage d'une responsabilité collective et peuvent, à ce titre, être développés par l'enseignant en charge de CEJM tronc commun, par celui impliqué sur CEJM appliqué, par un professeur investi dans un bloc voire dans le cadre d'une réponse à un besoin particulier dans le cadre d'un atelier de professionnalisation

Blocs de compétences en NDRC Thèmes retenus en CEJM	Bloc de compétences 1 : Relation client et négociation-vente	Bloc de compétences 2 : Relation client à distance et digitalisation	Bloc de compétences 3 : Relation client et animation de réseaux
Comment les contrats sécurisent-ils les relations entre l'entreprise dans son environnement	<ul style="list-style-type: none"> •→ Droit de la consommation (information et protection du consommateur) •→ Relations contractuelles commerciales •→ Contrat de vente (conditions générales de ventes, crédits, recours et litiges commerciaux) •→ Évaluation de la performance et de l'activité commerciales (indicateurs de pilotage, tableau de bord, résultats, coûts, risque, etc.) •→ Marché et politiques commerciales 	□	<ul style="list-style-type: none"> •→ Contrats de partenariats
La régulation de l'activité économique	<ul style="list-style-type: none"> •→ Règlementation de la concurrence 	<ul style="list-style-type: none"> •→ Droit du web : contrats numériques, propriété intellectuelle, protection des données personnelles, droit à l'image, responsabilités des prestataires, droit des marques •→ Droit de la consommation (information et protection du consommateur en matière de transactions web) 	<ul style="list-style-type: none"> •→ Droit de la distribution •→ Droit de la consommation : information et protection du consommateur •→ Code éthique de la vente directe et réglementation
L'organisation de l'activité de l'entreprise	<ul style="list-style-type: none"> •→ Gestion de la performance collective (organisation activité, valorisation, animation, motivation) •→ Communication managériale 	<ul style="list-style-type: none"> •→ Communication managériale 	□

Blocs de compétences en NDRC Thèmes retenus en CEJM	Bloc de compétences 1 : Relation client et négociation-vente	Bloc de compétences 2 : Relation client à distance et digitalisation	Bloc de compétences 3 : Relation client et animation de réseaux
L'impact du numérique sur la vie de l'entreprise	<ul style="list-style-type: none"> •→ Data client •→ Protection des données (droits et obligations) 	<ul style="list-style-type: none"> •→ Community management •→ Communication à distance (stratégies, techniques, gestion des conflits, gestion du stress) •→ Communication unifiée (fonctionnalités et caractéristiques, services, sécurité, gestion des incidents) 	
Les mutations du travail		<ul style="list-style-type: none"> •→ Pilotage et évaluation de la performance individuelle et collective (objectifs, indicateurs d'évaluation, tableau de bord, formation, recrutement, accompagnement) •→ Leviers individuels et collectifs de la stimulation et de la motivation •→ Droit du travail (recrutement, temps de travail, santé et sécurité au travail, formation) 	<ul style="list-style-type: none"> •→ Management opérationnel (recrutement, formation, objectifs, rémunération, animation, évaluation des équipes) •→ Gestion de conflits •→ Droit du travail (statuts des commerciaux, salariés, VRP, agents, VDI, etc.)
Les choix stratégiques de l'entreprise	<ul style="list-style-type: none"> •→ Marketing stratégique •→ Conquête de marché, démarches et techniques de prospection (objectifs, diagnostic, segmentation, ciblage, positionnement, actions) 		<ul style="list-style-type: none"> •→ Organisation du réseau de distribution

LIENS CEJMA/EXPERIENCES PROS

◎ CEJMA

Donne des clés de lecture

Immersion pro

◎ Immersion Pro

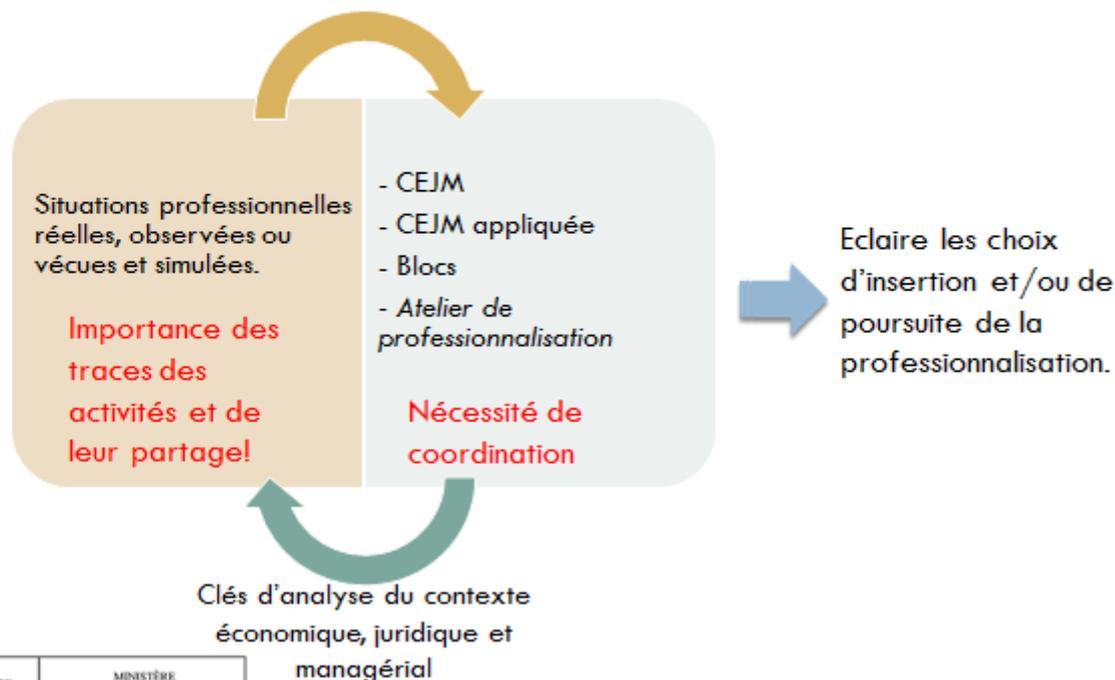
Fasse
émerger des
besoins

CEJMA

LIENS CEJMA/EXPERIENCES PROS

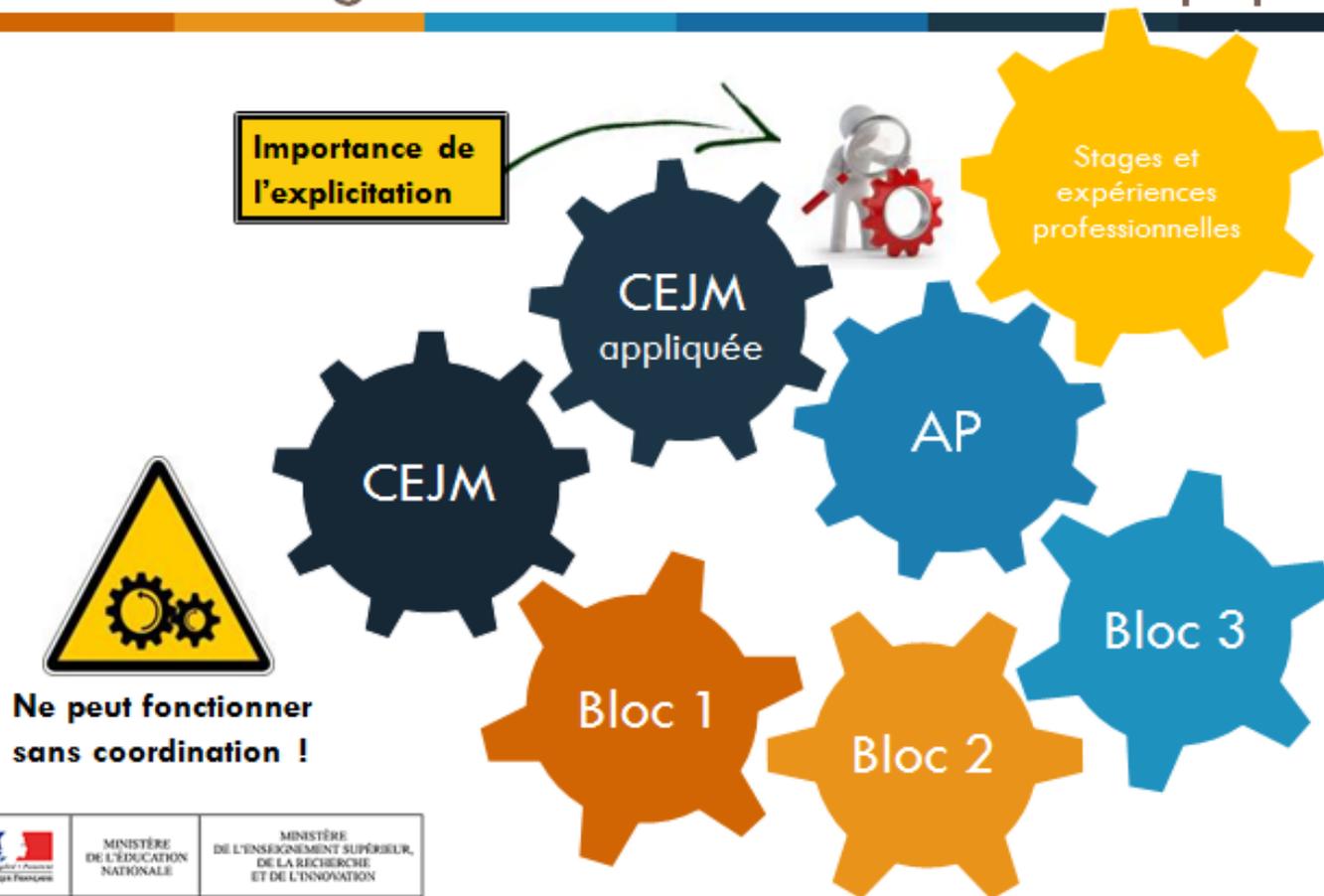
CEJM et compréhension des situations professionnelles

Invite à des approfondissements



LA NECESSAIRE COORDINATION

Les savoirs économiques, juridiques et managériaux : une affaire d'équipe



L'EVALUATION

En filigrane dans toutes les épreuves et plus particulièrement :

- ⊙ Epreuve écrite E5
- ⊙ Etude réflexive E6

E6 – L'Étude réflexive

Étude réflexive réseau	
THEME	
PROBLEMATIQUE	
DEVELOPPEMENT STRUCTURE (2 pages maximum - Recto Verso)	

- **Analyse d'un thème ou d'une problématique**
 - ✓ de nature transversale au sein du pôle 3 d'activités
 - ✓ permettant au candidat de réinvestir l'ensemble de ses expériences réseau
- **Réflexion**
 - ✓ structurée, argumentée,
 - ✓ réinvestissant les activités menées,
 - ✓ enrichie par la prise en compte des dimensions juridique, économique et managériale du développement de la relation client en réseau

QUELLES PEDAGOGIES ?



DES RESSOURCES

- ◉ Economie et Management Avril
- ◉ Des ressources publiées

- ◉ Lettre Edu Num

<http://eduscol.education.fr/ecogest/edunum/edunum-ecogest-hs/edunum-ecogest-hs8>

- ◉ Mais surtout la réalité de nos étudiants, leurs observations, leurs recherches