

BTS NEGOCIATION et DIGITALISATION DE LA RELATION CLIENT EN APPRENTISSAGE



❖ **Présentation et objectifs du BTS**

- Objectifs
- Débouchés
- Public visé
- Prérequis
- Modalité pratique de l'action de formation

❖ **Référentiel pédagogique**

- Contenu de formation
- Modalité d'évaluation
- Moyens pédagogique, techniques et d'encadrement
- Suivi et moyens permettant d'apprécier les résultats de la formation
- Blocs de compétences
- Liens avec d'autres certifications professionnelles, certifications ou habilitations
- Taux d'obtention
-

BTS NEGOCIATION ET DIGITALISATION DE LA RELATION CLIENT

OBJECTIFS :

Le titulaire du **BTS *Négociation et digitalisation de la Relation Client*** est un vendeur manager commercial dont l'activité se caractérise par une démarche active en direction des clients.

Comme vendeur, il gère la relation client dans sa globalité, de la prospection jusqu'à la fidélisation, et contribue ainsi à la croissance profitable du chiffre d'affaires compatible avec une optique de développement durable.

Il inscrit son activité dans une logique de réseau en privilégiant le travail coopératif au sein d'une équipe commerciale. Il maîtrise les technologies de l'information et de la communication spécifiques à son métier pour améliorer sa productivité commerciale.

Le titulaire de ce diplôme est la première interface entre l'entreprise et son marché. À ce titre, il participe à l'intelligence commerciale de l'organisation et contribue à l'efficacité de la politique commerciale.

En fonction de son expérience et de ses qualités, il peut devenir responsable d'une équipe commerciale, de taille variable selon l'organisation qui l'emploie.

Comme manager commercial, il organise l'activité de son équipe, fixe les objectifs à atteindre, stimule et contrôle les résultats.

Les activités du titulaire du BTS NDRC sont regroupées au sein de trois grands pôles couvrant les différentes formes de relation client :

- ✓ **Relation client et négociation-vente**
- ✓ **Relation client à distance et digitalisation**
- ✓ **Relation client et animation de réseaux**

Leur mise en œuvre peut varier selon la taille, l'organisation des entreprises, les processus commerciaux, la nature et la complexité des produits ou des services commercialisés.

DEBOUCHES :

Vendeur, représentant, commercial terrain, négociateur, délégué commercial, conseiller commercial, chargé d'affaires ou de clientèle, technico-commercial, Télévendeur, téléconseiller, téléopérateur, conseiller client à distance, chargé d'assistance, téléacteur, téléprospecteur, technicien de la vente à distance de niveau expert, Animateur commercial site e-commerce, assistant responsable e-commerce, commercial e-commerce, commercial web-e-commerce Marchandiseur, chef de secteur, e-marchandiseur Animateur réseau, animateur des ventes Conseiller, vendeur à domicile, représentant, ambassadeur

PUBLIC VISE :

- Jeunes (16-25 ans) en contrat d'apprentissage
- Demandeurs d'emploi
- Adultes (de plus de 26 ans) en contrat d'apprentissage
- Demandeurs individuels

PRE-REQUIS

Être titulaire d'un baccalauréat technologique, général ou professionnel ou Niveau

MODALITES PRATIQUES DE L'ACTION DE FORMATION

DUREE DE L'ACTION DE FORMATION	1351 HEURES Date de début de l'action de formation : le 14 septembre 2022 Date de fin de l'action de formation : le 26 juin 2024 Cf. Calendrier de formation en pièce jointe
HORAIRES DE LA FORMATION	Matin : de 8H à 10H et de 10H10 à 12H10 Après-midi : de 13H à 15H et de 15H10 à 16H10 <i>Soit 7 heures par jour / 2 jours par semaine (14 heures de formation hebdomadaires)</i>
LIEU DE LA FORMATION	142 BOULEVARD LONGCHAMP 13001 MARSEILLE
Modalité et délais d'accès	Entrée permanente sur dossier. Validation de l'entrée en formation à l'issue d'un entretien et validation des prérequis.

REFERENTIEL PEDAGOGIQUE**CONTENU DE FORMATION**

Le contenu de la formation est réparti par Unité d'enseignement

U 1	
MATIERES	E 1 CULTURE GENERALE ET EXPRESSION
OBJECTIFS DE FORMATION	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Donner aux stagiaires la culture générale dont ils auront besoin dans leur vie professionnelle et dans leur vie de citoyen ✓ Rendre aptes les stagiaires à une communication efficace à l'oral et à l'écrit
CONTENU PEDAGOGIQUE	<p><i>Sur les deux thèmes inscrits au programme de la deuxième année de BTS :</i></p> <p>I/ LA COMPREHENSION D'UN MESSAGE</p> <p>Les caractères spécifiques du code (écrit, oral, iconique, gestuel) ou des codes employés. Le statut du texte (genre, registre, type de discours, destinataire). La situation du message dans ses contextes (historique, linguistique, référentiel, idéologique...) Les marques d'énonciation. La distinction des idées et des mots clés du message Les effets de sens dus au langage (ambiguïtés, connotations, figures de style...) La mise en relation des éléments d'un même document ou des éléments appartenant à des documents différents, le repérage des idées convergentes et divergentes. Le système ou les systèmes de cohérence d'un message (chronologique, logique, symbolique...) La signification globale d'un message. La restructuration d'un message à partir d'éléments donnés.</p> <p>II/ LA REALISATION D'UN MESSAGE</p> <p>Les éléments constitutifs d'une situation de communication (destinataire, niveau de langue). Les objectifs avant de formuler ou de rédiger un message (informer, expliquer, justifier, réfuter, convaincre, persuader). <u>L'argumentation :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • L'élaboration d'une idée à partir d'un fait, d'un exemple, d'un document. • Le développement des idées à partir d'une notion, d'une question, d'une idée donnée. • L'illustration d'une idée à l'aide d'exemples, de citations. • L'organisation des données et des idées en fonction des objectifs retenus. <p>Les moyens d'expression appropriés à la situation et au destinataire. L'expression de sa pensée : nuancer et relativiser La rédaction d'un tour personnel à un message.</p> <p>III/ L'APPRECIATION D'UN MESSAGE OU D'UNE SITUATION</p>

	<p>L'intérêt, la pertinence, la cohérence, la portée d'un message (y compris de son propre message) ou de certains de ses éléments. La justification de son point de vue La rédaction d'un bilan critique</p> <p style="text-align: center;">IV/ LA COMMUNICATION ORALE</p> <p>Les conditions préalables et indispensables à toute communication orale (attention, écoute, disponibilité...).</p> <p>La mémorisation et la restitution par oral d'un message écrit ou oral. La reformulation d'un message oral. Se fixer un ou des objectifs (informer, expliquer, justifier, réfuter, convaincre, persuader) et le (ou les) faire connaître. Les éléments de son propre message : choisir, ordonner, structurer</p> <p><u>La production du message oral :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • En fonction d'une situation de communication donnée ; • En respectant le sujet, les données du problème, le ou les objectifs fixés ; • En tenant compte du destinataire. <p>Le recentrage du sujet de discussion ou du thème d'un débat.</p>
U 2 COMMUNICATION EN LANGUES VIVANTES ETRANGERES	
MATIERES	E 2 LANGUE VIVANTE ETRANGERE : ANGLAIS
OBJECTIFS DE FORMATION	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Savoir exploiter des textes et/ou des documents de nature diverse en anglais, à caractère professionnel, en évitant toute spécialisation ou difficultés techniques excessives ✓ S'exprimer par écrit en anglais, de manière intelligible, à un niveau acceptable de correction ✓ Participer utilement à un dialogue, en anglais, conduit dans une perspective professionnelle.
CONTENU PEDAGOGIQUE	<p>COMPETENCES</p> <p>I.COMPRENDRE</p> <p><u>Ecouter :</u></p> <p>Comprendre les points essentiels quand un langage clair et standard est utilisé et s'il s'agit de sujets familiers concernant le travail, l'école, les loisirs, etc. Comprendre l'essentiel de nombreuses émissions de radio ou de télévision sur l'actualité ou sur des sujets d'intérêt personnel ou professionnel.</p> <p><u>Lire :</u></p> <p>Comprendre des textes rédigés essentiellement dans une langue courante ou relative à son travail. Comprendre la description d'événements, l'expression de sentiments et de souhaits. Lire des articles et des rapports sur des questions contemporaines dans lesquels les auteurs adoptent une attitude particulière ou un certain point de vue.</p> <p>II.PARLER</p> <p><u>Prendre part à une conversation :</u></p> <p>Faire face à la majorité des situations que l'on peut rencontrer au cours d'un voyage dans une région où la langue est parlée. Prendre part sans préparation à une conversation sur des sujets familiers ou d'intérêt personnel ou qui concernent la vie quotidienne (par exemple famille, loisirs, travail, voyage et actualité).</p> <p><u>S'exprimer oralement en continu :</u></p> <p>S'exprimer de manière simple afin de raconter des expériences et des événements, ses rêves, ses espoirs ou ses buts. S'exprimer de façon claire et détaillée sur une grande gamme de sujets relatifs à son milieu professionnel et ses centres d'intérêt.</p> <p>Donner les raisons et explications de ses opinions ou projets, raconter une histoire ou l'intrigue d'un livre ou d'un film et exprimer ses réactions. Développer un point de vue sur un sujet d'actualité et expliquer les avantages et les inconvénients de différentes possibilités</p>

	<p>III.ECRIRE Des textes clairs et détaillés sur une grande gamme de sujets inhérents à son milieu professionnel : compte rendu, résumé, lettres commerciales, email</p> <p>SAVOIRS LINGUISTIQUES ASSOCIES</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Le passé, le présent et le futur ; les verbes irréguliers ✓ Les pronoms relatifs et les énoncés complexes ; vocabulaire de la vie quotidienne ✓ Parler des quantités : les quantifieurs et les indénombrables ✓ Le « présent perfect » simple et le « présent perfect » progressif : tablir un bilan ✓ Parler d'un vnement passé : prétérit vs. « Présent perfect », formes contractées, exercices de prononciation (accent tonique) ✓ Les relations de cause / conséquence ; comment organiser des arguments simplement ✓ Le comparatif et le superlatif ; l'expression des goûts et des sentiments ✓ Les verbes de déplacement ✓ Exprimer l'obligation, interdire ✓ La modalit déontique ✓ L'expression du passé, du présent et du futur en anglais ; les quantifieurs ; les pronoms ✓ Les nuances temporelles et aspectuelles ✓ L'expression du but, de la conséquence, de la cause, de l'hypothèse, de la condition ✓ Nuancer ses propos : la modalit (« May », « must », « can », « shall », etc.) ✓ Comparer et opposer : exprimer la quantité, la proximité, l'éloignement, la différence, etc. ✓ Organiser ses arguments à l'oral et à l'écrit ✓ Les principaux verbes de déplacement
U 3 CULTURE ECONOMIQUE, JURIDIQUE ET MANAGERIALE	
OBJECTIFS DE FORMATION	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Exploiter une base documentaire économique, juridique ou managériale ✓ Proposer des solutions argumentées et mobilisant des notions et les méthodologies économiques, juridiques ou managériales ✓ établir un diagnostic (ou une partie de diagnostic) préparant une prise de décision stratégique ✓ Exposer des analyses et des propositions de manière cohérente et argumentée
MATIERES	E 31 CULTURE ECONOMIQUE, JURIDIQUE ET MANAGERIALE
OBJECTIFS DE FORMATION	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Donner une culture commune dans le domaine de l'environnement économique des entreprises ✓ Contribuer à la construction intellectuelle et à la formation citoyenne des stagiaires ✓ Comprendre l'information économique, de la sélectionner, de l'analyser à l'aide de quelques repères théoriques et d'en cerner les effets et enjeux ✓ Se placer en situation d'étude du macro-environnement de l'entreprise, pour en identifier les composantes, en analyser les conséquences probables et étudier leurs réactions
CONTENU PEDAGOGIQUE	<p>ECONOMIE :</p> <p>I. La coordination des décisions économiques par l'échange L'échange sur les marchés La dimension internationale de l'échange</p> <p>II. La création de richesses et la croissance économique Les finalités de la croissance La dynamique de la croissance</p> <p>III. La répartition des richesses Les inégalités de revenus et de patrimoine des ménages</p>

	<p>La politique de redistribution La répartition des richesses au niveau mondial</p> <p>IV. Le financement des activités économiques</p> <p>Les différentes modalités de financement Le marché financier et son rôle économique Les institutions financières et leur rôle La globalisation financière et l'efficacité du financement international des activités économiques</p> <p>V. La politique économique dans un cadre européen</p> <p>L'appréciation de la situation économique La mise en œuvre des politiques économiques</p> <p>VI. La gouvernance de l'économie mondiale</p> <p>La régulation du marché mondial des biens et services La coopération internationale, une offre de biens publics mondiaux</p> <p>DROIT :</p> <p>I/ L'individu au travail</p> <p>Introduction au thème Les régimes juridiques de l'activité professionnelle L'adaptation aux évolutions de l'activité professionnelle L'adaptation de la relation de travail par le droit négocié</p> <p>III/ Les structures et les organisations</p> <p>Introduction au thème Le choix juridique d'une structure La pérennité de l'entreprise</p> <p>IV/ Le contrat, support de l'activité de l'entreprise</p> <p>Introduction au thème Les relations contractuelles entre les partenaires privés Les relations contractuelles avec la personne publique</p> <p>V/ L'immatériel dans les relations économiques</p> <p>Introduction au thème Le contrat électronique Les productions immatérielles L'immatériel et la protection de la personne</p> <p>VI/ L'entreprise face au risque</p> <p>Introduction au thème Identifier le risque pour protéger Anticiper le risque pour éviter sa réalisation Assumer le risque</p>
MATIERES	E 32 MANAGEMENT DES ENTREPRISES
OBJECTIFS DE FORMATION	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Être capable d'appréhender l'environnement économique, juridique et social et en percevoir l'évolution ✓ Analyser une situation et poser un problème ✓ Mener une réflexion et construire une argumentation
CONTENU PEDAGOGIQUE	<p>FINALISER ET DECIDER</p> <p>1. ENTREPRENDRE ET DIRIGER Entreprendre et gérer Finaliser, mobiliser et évaluer Diriger et décider</p> <p>2. ELABORER UNE STRATEGIE Définir une démarche stratégique Etablir un diagnostic stratégique Effectuer des choix stratégiques</p>

	<p>METTRE EN ŒUVRE LA STRATEGIE</p> <p>3. ADAPTER LA STRUCTURE Choisir une structure Faire évoluer la structure</p> <p>4. MOBILISER LES RESSOURCES Mobiliser les ressources humaines Optimiser les ressources technologiques et la connaissance Financer les activités</p>
U 4	
MATIERES	E 4 RELATION CLIENT ET NEGOCIATION-VENTE
OBJECTIFS DE FORMATION	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Être capable de développer la clientèle ✓ Négocier, vendre, et valoriser la relation client. ✓ Animer la relation client ✓ Réaliser une veille et une expertise commerciales.
CONTENU PEDAGOGIQUE	<p><u>Cibler et prospecter la clientèle :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Analyser un portefeuille client - Identifier des cibles de clientèle - Mettre en œuvre et évaluer une démarche de prospection - Développer des réseaux professionnels <p><u>Négocier et accompagner la relation client :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Négocier et vendre une solution adaptée au client - Créer et maintenir une relation client durable <p><u>Organiser et animer un évènement commercial :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Organiser un évènement commercial - Animer un évènement commercial - Exploiter un évènement commercial <p><u>Exploiter et mutualiser l'information commerciale :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Remonter, valoriser et partager l'information commerciale - Collaborer à l'interne en vue de développer l'expertise commerciale
U 5	
MATIERES	E 5 RELATION CLIENT A DISTANCE ET DIGITALISATION
OBJECTIFS DE FORMATION	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Gérer la relation client à distance ✓ Gérer la e-relation ✓ Gérer la vente en e-commerce
CONTENU PEDAGOGIQUE	<p>PARTIE 1 : Maîtriser la relation client omnicanal</p> <ul style="list-style-type: none"> - Créer et entretenir la relation client à distance - Apprécier la performance commerciale à partir d'indicateurs d'activité - Encadrer et animer une équipe de téléacteurs <p>Partie 2 : Animer la relation client digitale</p> <ul style="list-style-type: none"> - Produire, publier et assurer la visibilité des contenus digitaux - Impulser, entretenir et réguler une dynamique e-relationnelle <p>Partie 3 : Développer la relation client en e-commerce</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dynamiser un site de e-commerce

	<ul style="list-style-type: none"> - Faciliter et sécuriser la relation commerciale - Diagnostiquer l'activité de e-commerce
U 6	
MATIERES	E 6 RELATION CLIENTS ET ANIMATION DE RESEAUX
OBJECTIFS DE FORMATION	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Être capable d'animer les réseaux distributeurs ✓ Animer des réseaux partenaires ✓ Animer des réseaux de vente directe.
CONTENU PEDAGOGIQUE	<p><u>Implanter et promouvoir l'offre chez des distributeurs :</u> Valoriser l'offre sur le lieu de vente Développer la présence dans le réseau de distributeurs <u>Développer et piloter un réseau de partenaires :</u> Participer au développement d'un réseau de partenaires Mobiliser un réseau de partenaires et évaluer les performances <u>Créer et animer un réseau de vente directe :</u> Prospecter, organiser des rencontres et vendre en réunion Recruter et former des vendeurs à domicile indépendants Impulser une dynamique de réseau</p>

TABLEAU DE REPARTITION DU VOLUME HORAIRE

SAVOIRS ET COMPETENCES ASSOCIEES		
Matières	Volume horaire affecté par matière 1 ^{ère} année.	Volume horaire affecté par matière 2 ^{ème} année
Culture Générale et expression	40 Heures	30 Heures
Langue vivante étrangère 1	81 Heures	67 Heures
Culture économique, juridique et managériale *	81 Heures	83 Heures
Relation client et négociation-vente	164 Heures	124 Heures
Relation client à distance et digitalisation	86 Heures	127 Heures
Relation client et animation de réseaux	122 Heures	118 Heures
Atelier de professionnalisation**	133 Heures	95 Heures
Total	707	644

*Cet enseignement vise à décliner, approfondir et enrichir l'enseignement de culture économique, juridique et managériale en lien direct avec les spécificités des secteurs d'activité et les pratiques commerciales.

**L'atelier de professionnalisation doit favoriser les pratiques de différenciation et la synergie entre les enseignements professionnels et généraux.

L'atelier de professionnalisation permet à l'étudiant :

- d'expérimenter des techniques et des pratiques professionnelles attachées aux trois blocs de compétences ;
- d'être accompagné dans son développement professionnel

L'atelier de professionnalisation prend diverses formes :

- des ateliers de pratiques relationnelles, des ateliers de production digitale et des ateliers d'animation de réseaux ;
- des séances d'enseignements conjoints avec des professeurs de disciplines générales. Il y a nécessité par exemple de développer la maîtrise de la langue écrite dans les activités digitales ;
- la réalisation de missions commerciales ponctuelles liées ou non aux stages ;

- l'appui à la recherche et à la finalisation des stages ;
- des modules d'accompagnement personnalisé.

Les contenus et modalités sont définis localement sur la base d'un projet de formation fixant la répartition des horaires de coanimation et pouvant inclure une modulation horaire, des configurations variables du groupe classe et différents lieux de formation

DESCRIPTIF DES COMPOSANTES DE LA CERTIFICATION

Descriptif et composantes de la certification

La certification est composée de 19 compétences réparties en 6 blocs de compétences évaluées comme suit :

- Relation client et négociation-vente
- Relation client à distance et digitalisation
- Relation client et animation de Réseaux
- Appréhender et réaliser un message écrit
- Communiquer oralement
- Analyser des situations auxquelles l'entreprise est confrontée

Pour valider la certification le candidat doit valider :
Pour statut étudiant, formation continue 6 blocs de compétences.

Les conditions de validations du titre hors VAE sont :
Valider les 6 blocs de compétences.

MODALITES D'EVALUATION

Epreuves	Unités	Coef	Forme ponctuelle	Durée
E1 Culture générale et expression	U1	3	Écrit	4h
E2 Communication en Langue vivante étrangère	U2	3	Oral	30 min* + 30 min
E3 Culture économique, juridique et managériale	U3	3	Écrit	4h
E4 Relation client et négociation-vente	U4	5	Oral	40 min* + 1h

E5 Relation client à distance et digitalisation	U5	4	Épreuve ponctuelle Écrite + Épreuve ponctuelle Pratique	3h + 40 min
E6 Relation client et animation de réseaux	U6	3	Oral	40 min
EF1 Communication en Langue vivante **	UF1		Oral	20 mn (*20 mn)

*Temps de préparation

** La langue vivante étrangère choisie au titre de l'épreuve facultative est obligatoirement différente de celle choisie au titre de l'é

Preuve obligatoire. Seuls les points au-dessus de la moyenne peuvent être pris en compte.

N° et intitulé du bloc	Liste de compétences
RNCP34030BC01 Relation client et négociation-vente	<ul style="list-style-type: none"> - Cibler et prospecter la clientèle - Négocier et accompagner la relation client - Organiser et animer un événement commercial - Exploiter et mutualiser l'information commerciale
RNCP34030BC02 Relation client à distance et digitalisation	<ul style="list-style-type: none"> - Maîtriser la relation omnicanale - Animer la relation client digitale - Développer la relation client en e-commerce
RNCP34030BC03 Relation client et animation de réseaux	<ul style="list-style-type: none"> - Implanter et promouvoir l'offre chez des distributeurs - Développer et animer un réseau de partenaires - Créer et animer un réseau de vente directe
RNCP34030BC04 Appréhender et réaliser un message écrit	<ul style="list-style-type: none"> - Respecter les contraintes de la langue écrite - Synthétiser des informations - Répondre de façon argumentée à une question posée en relation avec les documents proposés en lecture
RNCP34030BC05 Communiquer oralement	<ul style="list-style-type: none"> - S'adapter à la situation - Organiser un message oral
RNCP34030BC06 Analyser des situations auxquelles l'entreprise est confrontée	<ul style="list-style-type: none"> - Exploiter une base documentaire économique, juridique ou managériale - Proposer des solutions argumentées et mobilisant des notions et les méthodologies économiques, juridiques ou managériales - Établir un diagnostic (ou une partie de diagnostic) préparant une prise de décision stratégique - Exposer des analyses et des propositions de manière cohérente et argumentée

BLOCS DE COMPETENCES :

Possibilité de valider par Blocs de compétences : OUI

Passerelles :

Liens avec d'autres certifications professionnelles, certifications ou habilitations

Lien avec d'autres certifications professionnelles, certifications ou habilitations : Non

Taux d'obtention :

- 80% session de juin 2020. Nombre de candidats présentés 5
- 86% session de juin 2021. Nombre de candidats présentés 7

Suites de parcours : Possibilité de poursuivre sur Licence professionnelles, Bachelor, école de commerce

MOYENS PEDAGOGIQUES, TECHNIQUES ET D'ENCADREMENT

L'EQUIPE PEDAGOGIQUE

- **Encadrement pédagogique :**

Yohan TAXIL, Co-directeur / fondateur de l'ESTC depuis 2002 et Sandrine MALOZON Directrice pédagogique sont les contacts privilégiés pendant toute la durée de l'action de formation. Ils se tiennent à la disposition des stagiaires pour mettre en œuvre avec les formateurs adaptés et les organismes concernés tous les moyens en vue de la réussite du programme. Ils sont leurs contacts pour les aider à résoudre toutes difficultés éventuelles quant au suivi de la formation et du contrat.

**Yohan TAXIL**

Co-Directeur

y.taxil@estc.fr

06.03.44.60.95

**Sandrine MALOZON**Directrice
Pédagogiques.malozon@estc.fr**Les Formateurs** : sous réserve de compatibilité d'emploi du temps

FORMATEURS	DIPLOMES	EXPERIENCE PROFESSIONNELLE	MATIERE DISPENSEE
ABOUD Pierre	HEC International Certificate in Corporate Finance Diplôme de Management et Stratégie d'Entreprise Diplôme Gestion Financière – Ingénieur Mathématiques Appliquées Ingénieur Ecole Centrale	Formateur dans les domaines de la gestion, de la comptabilité et de la finance depuis 12 ans Directeur Administratif et Financier	E 4
BABOLIN Philippe	Maîtrise en Sciences Economiques, option Gestion des entreprises et des organisation	Formateur depuis 15 ans dans les domaines de la vente et de la négociation Manager commercial	E 4 E 5 E 6
ARTIERES Pierrick	Master of Science in Management	BTS MUC et NRC JULES – Aubagne (13) DIRECTEUR DE MAGASIN	E 4 E 5 E 6
CAPOMACCIO Daniel	Maîtrise d'économie appliquée (1981) option Management	Formateur d'économie, droit et management des entreprises depuis 32 ans	E 3
COLOMBON Marie	Master Lettres modernes	Enseignante Lycée Saint Vincent de Paul - Marseille	E1
CHALLIER SARA	BTS communication Master Management & Stratégie d'entreprise	Consultante Web Marketing	E 5
SAWLANI Vinod	Bachelor Degree Business Shipping Management degree (UK) Business psychology (USA)	Chef d'entreprise, business and personal Excellence coach Formateur depuis 6 ans	E 2

MOYENS TECHNIQUES**Salles de formation équipées :**

- De PC modernes disposant d'un système audio 2.1 et reliés à un vidéoprojecteur et une imprimante
- Connexion internet en fibre optique pro orange à 500 mbps, délivrant une connexion wifi jusqu'à 30 mbps par poste
- Tableau blanc et paperboard

INTRANET :

Depuis le site internet de l'établissement, les stagiaires ont accès à l'intranet de l'Ecole. Ce dernier contient un "porte-documents" propre à chaque formateur. Dans chacun d'eux, les différentes sections des stagiaires dans lesquelles interviennent les formateurs sont stipulées. Ainsi, chaque classe dispose de son porte-documents par formateur dans lequel ce dernier met à disposition différentes ressources :

- Les cours
- Le power point des cours
- Des documents complémentaires de diverses natures (des documents méthodologiques, des articles de presse, de revue ou de magazine, des vidéos etc.) afin de poursuivre et d'approfondir leur cours.

Les porte-documents sont alimentés par les formateurs au fur et à mesure de leur avancée pédagogique respective. Les stagiaires ont la possibilité de télécharger et d'imprimer toutes les ressources que les formateurs ont mis à leur disposition.

SUIVI ET MOYENS PERMETTANT D'APPRECIER LES RESULTATS DE LA FORMATION

- **Feuilles d'émergence émergées par le stagiaire par demi-journée**
- **Conseil de classe semestriel**
- **Evaluations formatives** sous la forme de :
 - 4 BTS blancs contenant l'ensemble des épreuves du BTS dans les conditions d'examens
 - D'oraux individuels ou en groupes
 - De devoirs sur table ou devoirs à la maison
 - De mises en situation
 - De dossiers à réaliser
- **Evaluations sommatives** Education Nationale à la fin de la deuxième année