

Blog du Prof T.I.M.

Technologies Informatique & Multimédia

Document de travail CCF M42

Table des matières

1- Les capacités.....	1
1.1- Les capacités générales.....	1
1.2- Les capacités professionnelles.....	1
2- Les situations professionnelles significatives (SPS).....	2
3- La fiche descriptive d'activité.....	3
3.1- Mise en œuvre et adaptation de stratégies mercatiques.....	3
3.2- Négociation, vente de solutions technico-commerciales.....	4
3.3- Gestion informatisée des flux, du temps et suivi de la rentabilité des activités commerciales.....	4
3.4- Filière et innovation.....	5
3.5- Management de la force commerciale.....	5
4- Les fiches de compétences.....	5
5- Le module M42.....	7
5.1- L'objectif général du module.....	7
5.2- Les conditions d'atteinte des objectifs.....	7
5.3- Les précisions relatives aux objectifs, attendus de la formation.....	7
5.4- Le CCF.....	9

Sources :

- Note de service DGER/SDES/2014-99 du 11/02/2014 : Définition des épreuves et modalités évaluation du BTSA option technico-commercial.
- Référentiel du BTSA option technico-commercial.
- Document d'accompagnement du référentiel de formation du BTSA toutes options module M42 du 23 avril 2009.
- Fiches de compétences



<https://blogs.lyceecfadumene.fr/informatique>

1- Les capacités

Les capacités sont déterminées à partir de l'analyse des emplois et du travail, et en fonction des objectifs éducatifs et d'insertion professionnelle, citoyenne et sociale visés par les certifications du ministère de l'alimentation, de l'agriculture et de la pêche.

Elles sont donc de deux ordres :

- des capacités générales, identiques pour tous les Brevets de technicien supérieur agricole du ministère chargé de l'agriculture ;
- des capacités professionnelles spécifiques au Brevet de technicien supérieur agricole, identifiées à partir des situations professionnelles significatives.

1.1- Les capacités générales

1. S'exprimer, communiquer et comprendre le monde

- 1.1. Mobiliser les outils permettant de se situer dans la réalité économique et sociale
- 1.2. Identifier les causes et les conséquences des transformations de la société
- 1.3. Répondre à un besoin d'information par une démarche de médiation documentaire

1.4. S'exprimer à l'oral et à l'écrit dans des situations de communication variées

1.5. Interagir dans des situations de communication variées

1.6. Mobiliser ses capacités d'autonomie, d'organisation et de communication dans le cadre d'un projet

1.7. Analyser et argumenter dans le cadre d'un débat de société

2. Communiquer dans une langue étrangère en mobilisant ses savoirs langagiers et culturels.

3. Optimiser sa motricité, gérer sa santé et se sociabiliser

- 3.1. Mobiliser son intelligence motrice et gérer un projet de formation physique et sportive
- 3.2. Gérer un projet de formation physique et sportive

4. Mettre en œuvre un modèle mathématique et une solution informatique adaptés au traitement de données

4.1. Choisir et maîtriser un modèle mathématique adapté au traitement de données

4.2. Élaborer une solution informatique pour résoudre de manière autonome un problème de la vie professionnelle ou citoyenne

1.2- Les capacités professionnelles

5. Situer l'activité de l'entreprise dans son environnement et s'intégrer dans son organisation

5.1. Distinguer les différents types d'entreprise et les étapes juridiques de la vie des entreprises

5.2. Situer son activité dans les orientations stratégiques de l'entreprise

5.3. Participer à la mobilisation des ressources humaines

5.4. Animer une équipe commerciale

6. Maîtriser des éléments de gestion nécessaires à l'activité du technico-commercial

6.1. Assurer la gestion de l'activité commerciale

6.2. Utiliser les outils de gestion nécessaires à l'activité commerciale

7. Participer à la démarche mercatique de l'entreprise

7.1. Intégrer la démarche mercatique

7.2. Utiliser les outils de recherche d'information commerciale

7.3. Mettre en œuvre le plan de marchéage

7.4. Identifier les politiques d'enseigne et les stratégies d'implantation de points de vente

8. Conduire une relation commerciale en intégrant les spécificités du champ professionnel

8.1. Intégrer une équipe de vente

- 8.2. Conduire une négociation
- 8.3. Prendre en compte la dimension juridique de la relation commerciale
- 8.4. Utiliser les logiciels appropriés au champ professionnel pour optimiser la relation commerciale
- 8.5. Adapter sa démarche à l'organisation des filières du champ professionnel et aux différents circuits de commercialisation
- 8.6. Analyser les réponses de l'entreprise aux demandes sociétales et environnementales, en particulier au niveau des politiques qualité
- 8.7. Animer et gérer un espace de vente
- 8.8. Communiquer avec un étranger sur un produit et sa filière
- 8.9. Réaliser un projet commercial et des actions professionnelles
- 9. Acquérir, dans un champ professionnel, les connaissances scientifiques et techniques permettant de formuler des propositions argumentées de solutions technico-commerciales
 - 9.1. Présenter les produits du champ professionnel en valorisant différents modes et processus de production
 - 9.2. Maîtriser les critères de qualité des produits en vue de leur valorisation
- 10. Mobiliser les acquis attendus du technicien supérieur pour faire face à une situation professionnelle
 - 10.1. Entrer en relation avec les professionnels du champ professionnel
 - 10.2. Mettre en application les capacités acquises dans des situations professionnelles, en particulier au niveau de la relation commerciale
 - 10.3. Analyser des situations professionnelles significatives vécues

2- Les situations professionnelles significatives (SPS)

Champs de Compétences	Situations professionnelles significatives	Finalités
Contribution à la politique mercatique et commerciale de l'entreprise	SPS 1 : Analyse la place de l'entreprise sur le marché. SPS 2 : Contribue à définir la politique de produits, de distribution, de prix et de communication. SPS 3 : Construit et/ou s'approprie des outils de suivi et de régulation. SPS 4 : Réalise une veille réactive (nouveau, réglementation, analyse des risques...).	Observer, analyser et rendre compte de l'évolution du contexte technologique, socio-économique et culturel pour aider à la construction de la stratégie mercatique de l'organisation
Relation commerciale	SPS 5 : Met en œuvre le plan de prospection. SPS 6 : Constitue les dossiers de négociation. SPS 7 : Réalise une négociation. SPS 8 : Assure le suivi clients, fournisseurs et autres partenaires.	Développer et entretenir un portefeuille commercial pour accroître le chiffre d'affaires de l'organisation en produisant une offre adaptée
Logistique commerciale	SPS 9 : Organise et distribue le travail. SPS 10 : Contractualise les ventes/achats. SPS11: Suit les processus liés à l'activité de production, et/ou d'exploitation, à leur logistique de mise en marché, à la gestion et au contrôle de conformité. SPS 12 : Organise et gère l'espace de vente ou	Sécuriser la rentabilité commerciale par une gestion efficace des flux du circuit d'approvisionnement de l'amont à l'aval

Champs de Compétences	Situations professionnelles significatives	Finalités
	de stockage. SPS 13 : Veille à la rentabilité des activités commerciales.	
Management et animation de l'équipe commerciale	SPS 14 : Manage une équipe commerciale. SPS 15 : Gère les compétences de son équipe commerciale en lien avec le projet stratégique de l'organisation.	Animer la force commerciale pour atteindre de manière collective les objectifs de rentabilité fixés par la direction
Anticipation, conseil et valorisation	SPS 16 : Applique et valorise les procédures qualité au sein de son organisation et auprès des acteurs de la filière et de son territoire. SPS 17 : Contribue à l'émergence de nouvelles pratiques ou offres, de nouveaux débouchés professionnels.	Structurer et analyser les potentiels de valorisation des productions, co-produits, sous-produits des filières dans une démarche de développement durable

3- La fiche descriptive d'activité

3.1- Mise en œuvre et adaptation de stratégies mercatiques

- Participe à la définition des politiques mercatiques de l'organisation (entreprise, association, coopérative...)
 - Participe à la réalisation d'enquêtes et d'études commerciales et de diagnostics.
 - Peut commander ou mettre en œuvre des tests commerciaux (analyse des réactions des consommateurs aux qualités et présentation des produits...).
- Participe à la mise en œuvre de la politique mercatique de l'organisation
 - Participe à la construction ou s'approprie des outils de suivi et de régulation type «tableaux de bords » pour la mise en œuvre du process vente/achat (ex : suivi et rupture de gamme).
 - Participe au choix d'outils de gestion (logiciels, bornes informatiques...).
 - Participe au choix d'outils de communication.
 - Propose son plan de communication à la commission de validation.
- Adapte son activité en fonction du contexte et de la politique commerciale
 - Assure une veille face à la concurrence directe ou indirecte (relève les prix, suit de l'évolution des rayons concernant les produits concurrentiels, les promotions, ouverture de nouveaux magasins...).
 - Vérifie la faisabilité de la commande client par rapport à ses disponibilités en terme de produit fini.

3.2- Négociation, vente de solutions technico-commerciales

- Met en œuvre la politique de prospection client et/ou fournisseurs
 - Construit le fichier prospect à partir des différents outils disponibles (annuaires professionnels et techniques, bases de données informatisées).
 - Crée une base de données par type de prospect (grossistes, détaillant, coopérative, associations...) et secteur d'activités cibles.
 - Organise un premier contact en utilisant les outils de communication (téléphone, mailing, faxing, courrier, imprimés sans adresse type prospectus).
- Met en œuvre la politique d'achat de produit(s) ou service(s) à destination d'une activité de production, de transformation, de distribution ou de conseil
 - S'assure que les conditions d'achat permettent de réaliser les objectifs de marges de l'entreprise.
 - Assure la saisie informatique des achats.
- Met en œuvre la politique de vente de produit(s) ou service(s) à destination d'une activité de production, de transformation, de distribution ou de conseil
 - Met en valeur la qualité de ses produits en veillant à le rendre le plus attractif possible.
 - Utilise les fiches fournisseurs, les abaques, les tables de classification...
 - Propose une offre pour accord par oral puis écrite (par mail) qui contient, prix, délais et éventuellement conditions de paiement (devis électronique).
 - Assure la saisie informatique des ventes.
 - Réalise des prévisionnels de vente.
- Met en œuvre la politique de suivi des clients et/ou des fournisseurs
 - Réalise le suivi clientèle dans un souci de fidélisation en veillant à s'assurer de la solvabilité de son client par l'utilisation de logiciels adaptés (référence des incidents de paiement).
 - Constitue et réactualise régulièrement son fichier client (en lien avec les incidents ou les nouveaux prospects).
 - Transmet les objections et besoins des clients aux services concernés de l'entreprise ou aux fournisseurs en vue des évolutions technologiques et commerciales (traitement des réclamations).

3.3- Gestion informatisée des flux, du temps et suivi de la rentabilité des activités commerciales

- Prépare, planifie, archive, distribue le travail et les moyens
- Suit les activités sur un espace de vente ou de stockage y compris la sous-traitance et les prestations en mobilisant les règles de la logistique (flux matériels)
 - Réalise une fiche client en fonction du produit à préparer.
 - Transmet à l'administration des ventes la fiche client pour réaliser le bon de commande.
 - Peut gérer les caisses.
- Gère et analyse les flux d'informations (immatériel)
 - Suit en temps réel la rentabilité de son activité commerciale grâce à des outils qu'il élabore (tableau de bord, indicateurs) concernant : les parts de marchés, les coûts d'approvisionnement, le chiffre d'affaires, les marges, les démarques, la rotation et valeur des stocks...
 - Suit en temps réel la rentabilité de son activité de communication (le taux de participation aux manifestations, le taux de renouvellement de sa clientèle, le taux de fidélisation, le taux d'efficacité par rapport à son budget commercial).
 - Suit en temps réel les retours critiques sur la mise en marché d'un nouveau produit.

- Réalise et transmet des comptes rendus à destination des services recherche - développement, production, transformation, commercialisation et après-vente sur les critiques faites au produit et recueillies auprès des clients.
- Assure la gestion comptable et analytique (enregistrement de données chiffrées, simulations).
- Analyse des données pour connaître les caractéristiques commerciales.
- Analyse en lien avec son supérieur hiérarchique les enregistrements de gestion (les performances du produit, les performances du rayon, la rentabilité et la solvabilité du client les performances de l'action de communication).
- Analyse les écarts entre les objectifs fixés et les performances de son équipe.
- Calcule le coût de revient et simule les conséquences de leurs fluctuations, en tenant compte des aléas possibles, sur la gestion des stocks et transmission de données par voie télématique (réseaux informatiques et télématiques), surtout s'il traite de produits très périssables dont l'approvisionnement est aléatoire.

3.4- Filière et innovation

- Met en œuvre et accompagne des démarches éco-durables
 - Réalise des diagnostic pour adapter son offre.
- Développe des actions partenariales et innovantes
 - Aide à la formalisation de partenariats.
 - Accompagne l'évolution des nouveaux modèles de commercialisation (e-commerce, vente de bois ronds classés, télé-vente, télé-achat, logique industrielle...).
- Développe un réseau relationnel

3.5- Management de la force commerciale

- Manage une équipe de commerciaux indépendants et/ou anime les équipes commerciales des distributeurs
 - Anime des réunions techniques de coordination et de soutien (encadrement de VRP indépendants, des agents commerciaux à l'étranger, des commerciaux sur site).
 - Anime des réunions d'échanges thématiques à caractère général (tendances, chiffres, procédures, organisation...).
- Manage une équipe de commerciaux sur un espace de vente
 - Favorise la communication interne à l'organisation.
 - Anime des réunions d'échanges thématiques à caractère général (tendances, chiffres, procédures, organisation...).
- Manage les compétences des équipes
 - Assure le suivi individuel des membres de l'équipe (plan de formation continue, ajustement de l'activité, entretien professionnel, primes et indemnités).
 - Favorise l'actualisation des connaissances techniques par le biais de la presse professionnelle et/ou la visite de sites professionnels en utilisant les outils de communication à sa disposition (ex : visioconférence, groupes d'expériences, groupe de dégustation...).

4- Les fiches de compétences

1. Veille réactive, aide à la décision, contribution à la politique marketing et commerciale de l'entreprise
 - SP1 : Analyse la place de l'entreprise sur le marché
 - SP2 : Contribue à définir la politique de produits, de distribution, de prix et de communication

- SP3 : Construit et/ou s'approprie des outils de suivi et de régulation
- SP4 : Réalise une veille réactive (nouveau, réglementation, analyse des risques...)
But : Observer, analyser et rendre compte de l'évolution du contexte technologique, socio-économique et culturel pour aider à la construction de la stratégie commerciale de l'organisation
- **Savoir faire : utilisation de tableaux de bord, utilisation des logiciels de bureautique**
- **Savoirs de référence cités par les professionnels : réalisation d'un sondage (prévision de la demande, ou indicateur de satisfaction)**
- **Savoir faire consolidés par l'expérience : force de proposition et de régulation**
- **Comportements professionnels : analyse, capacité à rendre compte**

2. Relation commerciale

- SP5 : Met en œuvre le plan de prospection
- SP6 : Constitue les dossiers de négociation
- SP7 : Réalise une négociation
- SP8 : Assure le suivi clients, fournisseurs et autres partenaires
But : Développer et entretenir un portefeuille commercial pour accroître le chiffre d'affaires de l'organisation en proposant une offre adaptée
- **Savoir-faire : établir un plan de prospection (physique, téléphonique, publipostée, événementiel...), saisir sur micro-ordinateur les éléments précis du besoin, réaliser un devis, élaborer une commande, mettre à jour le porte-feuille client/fournisseur, maîtriser des outils de bureautique, de communication et de navigation**
- **Savoirs de référence cités par les professionnels : négociation vente par téléphone, e-commerce, négociation achat en face à face, négociation achat par téléphone, e-commerce, technique de communication et gestion des activités promotionnelles, production de support de communication, qualité rédactionnelles**
- **Comportements professionnels : analyse, anticipe, capacités organisationnelles, capacité à rendre compte, rigueur et autonomie**

3. Logistique commerciale

- SP9 : Organiser et distribuer le travail hebdomadaire
- SP10 : Contractualiser les ventes/achats
- SP11 : Suivre les processus liés à l'activité de production et/ou de service, et/ou d'exploitation, à leur logistique de mise en marché, à la gestion et au contrôle de conformité
- SP12 : Organiser et suivre l'espace de vente ou de stockage
- SP13 : Veiller à la rentabilité des activités commerciales
But : Sécuriser la rentabilité commerciale par une gestion efficace des flux du circuit d'approvisionnement de l'amont à l'aval
- **Savoirs de référence cités par les professionnels : les outils de la bureautique**

4. Management et animation de la force commerciale de l'équipe commerciale

- SP14 : Manage une équipe commerciale
- SP15 : Gère les compétences de son équipe en lien avec le projet stratégique de l'organisation
But : Animer la force commerciale pour atteindre de manière collective les objectifs de rentabilité fixés par la direction
- **Savoir-faire : anime des réunions de travail**
- **Savoirs de référence cités par les professionnels : communication dans le travail**
- **Comportements professionnels : analyse, communication**

5. Anticipation, conseil et valorisation

- SP16 : Applique et valorise les procédures qualité au sein de son organisation et auprès des acteurs de la filière et de son territoire

- SP17 : Contribue à l'émergence de nouvelles pratiques ou offres, de nouveaux débouchés professionnels
But : structurer et analyser les potentiels de valorisation des productions, co-produits, sous-produits des filières dans une démarche de développement durable.
- **Savoir-faire : animer des réunions de professionnels**

5- Le module M42

5.1- L'objectif général du module

Accéder à l'autonomie dans l'usage des technologies de l'information et de la communication (TIC) permettant une bonne insertion dans la vie professionnelle et citoyenne.

Objectifs du module

1. S'adapter aux évolutions des TIC.
2. Analyser et concevoir des documents et applications dans des domaines variés, et notamment en relation avec le domaine professionnel de l'option du BTSA.
3. Savoir communiquer en utilisant les TIC.
4. Utiliser des outils d'analyse et de traitement des données.

5.2- Les conditions d'atteinte des objectifs

Les objectifs poursuivis dans le module M42 sont communs à l'ensemble des options de BTSA puisqu'il s'agit d'acquérir une autonomie dans l'usage des technologies de l'information et de la communication par une formation essentiellement pratique sur poste de travail informatique. Les étudiants doivent être capables, après une phase d'analyse préalable, d'utiliser les outils TIC pour traiter des données numériques de nature variée et pour les communiquer, en s'adaptant à l'évolution des usages et des matériels.

Toutefois, la présence de ce module dans le domaine professionnel souligne la nécessité de choisir les thèmes d'application en fonction de l'option du BTSA et d'établir des liens avec les différents modules professionnels dans lesquels les technologies de l'information et de la communication sont mises en œuvre (outre le module 22 où leur utilisation est indispensable). Le niveau pré-requis est celui du baccalauréat technologique STAV (ou celui du Brevet informatique et internet B2iniveau lycée pour les étudiants issus de filières générales). Ce module est à traiter dès le premier semestre pour que les acquis puissent être réinvestis dans l'ensemble des modules.

5.3- Les précisions relatives aux objectifs, attendus de la formation

1. S'adapter aux évolutions des TIC. *« L'enseignant adapte sa pédagogie de façon à traiter cet objectif tout au long du module en tenant compte des acquis antérieurs des élèves. »*
 - 1.1. Maîtriser les éléments constitutifs essentiels des systèmes d'information et être capable d'en analyser la cohérence.
 - 1.2. S'informer sur les évolutions des TIC : matériels, usages, réglementation.
 - 1.3. Assurer le bon fonctionnement de son poste de travail au sein d'un système d'information : sécurité, sauvegardes, mises à jour logicielles...

« Au travers des exemples professionnels étudiés, il s'attache à mettre en évidence les éléments constitutifs essentiels d'un système d'information et à en dégager la cohérence en tant qu'ensemble organisé de matériels, logiciels, données, ressources humaines, organisation, procédures, permettant d'acquérir, de stocker, de transporter, de traiter et de diffuser de l'information sous des formes diverses (textes, données numériques, images, sons). Au travers d'exemples d'évolutions technologiques récentes, en cours ou à venir, l'enseignant attire l'attention des étudiants sur une nécessaire veille, tant sur le plan des

évolutions du matériel que sur le plan des usages que sur le plan des conséquences de ces évolutions sur la société (vie quotidienne, législation...). Cet objectif peut par exemple avoir comme support des exposés d'étudiants, des débats thématiques, des conférences, des visites (réelles ou virtuelles),... et permettre de valoriser différents outils de communication étudiés dans le cadre de l'objectif 3 et de porter sur eux un regard critique. »

2. Analyser et concevoir des documents et applications dans des domaines variés, et notamment dans ceux en relation avec le domaine professionnel de l'option du BTSA.

« Il s'agit là d'un objectif transversal qui ne doit donc pas faire l'objet de séances particulières mais représenter une méthodologie d'approche commune à l'ensemble du module. Les thèmes des exercices, de même que les applications utilisées, sont choisis en fonction de l'option du BTSA de manière à établir les liens avec les différents modules professionnels dans lesquels les TIC pourront être mises en œuvre. »

2.1. Mettre en œuvre une démarche d'analyse.

2.2. Choisir l'outil informatique adapté.

2.3. Créer le document ou l'application.

2.4. Tester et évaluer sa production.

« Toutes les étapes doivent être systématiquement réalisées au cours des différents exercices : mise en œuvre d'une démarche d'analyse (données disponibles, traitements à réaliser, résultats à obtenir), choix de l'outil informatique adapté, création du document ou l'application, test et évaluation de la production, rédaction de documents d'accompagnement (mode d'emploi, procédure, aide...). »

3. Savoir communiquer en utilisant les TIC.

3.1. Utiliser les fonctionnalités spécifiques à la gestion de documents longs.

3.2. Acquérir et traiter les images numériques.

3.3. Utiliser les outils de création et de publication (documents numériques, pages web).

3.4. Travailler et collaborer au travers des réseaux informatiques et d'Internet.

« Divers outils de création et de publication de documents sont systématiquement utilisés : traitement de texte, logiciels de présentation assistée par ordinateur (PréAO), logiciels de mise en page (PAO). En fonction de l'option et des projets mis en œuvre, l'enseignant peut également aborder l'utilisation de logiciels de publication de pages Web, de blogs ou de montage de vidéo numérique. Des liens sont systématiquement établis avec le module M22 pour la mise en œuvre de cet objectif. En ce qui concerne plus particulièrement le traitement de texte, l'enseignant aborde les notions spécifiques aux documents longs et indispensables à leur structuration (styles, table des matières, sections...). Il veille à ce que l'étudiant produise des documents compatibles avec les outils de communication utilisés (format et taille des fichiers). Afin de permettre l'utilisation raisonnée d'images numériques, l'ensemble de la chaîne de traitement est abordé : acquisition, transformation, stockage d'images numériques sous différents formats adaptés. Le traitement de ces images est ensuite réinvesti au travers de l'utilisation d'outils de communication numériques divers : PAO, PréAO, publication de pages Web,... Les étudiants sont incités à travailler et collaborer au travers des réseaux informatiques et d'Internet afin de les préparer à l'usage des espaces numériques de travail (E.N.T.) dans un contexte professionnel. »

4. Utiliser des outils d'analyse et de traitement des données.

4.1. Explorer et mettre en œuvre les fonctions avancées du tableur pour résoudre un problème, notamment dans le domaine professionnel de l'option du BTSA.

4.2. Découvrir les concepts fondamentaux des bases de données relationnelles et mettre en œuvre une application simple.

« L'analyse et le traitement des données sont abordés au travers de deux logiciels dont l'utilisation est réfléchie en fonction des données (type et volume) et des traitements à réaliser :

- La réalisation de calculs plus ou moins complexes, de graphiques, de tris et de filtres automatiques ou élaborés sur un volume limité de données nécessite la mise en œuvre du tableur :
 - Une première étape d'exploration et de mise en œuvre des fonctions avancées du tableur pour résoudre des problèmes du domaine professionnel de l'option du BTSA permet l'utilisation de différentes fonctions (mathématiques logiques etc..) et de consolidation de données (liaisons entre feuilles de calcul).
 - Une deuxième étape d'utilisation des fonctions de gestion de données (filtres, tris, tableaux croisés dynamiques) permet de mettre en évidence les limites d'utilisation du tableur et d'introduire la notion de base de données relationnelles à partir d'exemples d'outils appartenant au domaine professionnel de l'option du BTSA. -
- La gestion de volumes important de données, reliées entre elles par des relations nécessite la mise en œuvre d'une base de données relationnelle : Les différents usages et concepts des bases de données relationnelles (tables, liaisons entre tables, règles de gestion, formulaires, requêtes, états,...) peuvent être dégagés :
 - dans un premier temps en analysant la structure d'une base de données existante et ses fonctionnalités
 - dans un deuxième temps en analysant puis en construisant une base de données simple mettant en œuvre un nombre limité de tables. En fonction des exemples étudiés, l'enseignant combine harmonieusement ces deux temps dans une séquence pédagogique. »

5.4- Le CCF

CCF3, de coefficient 1, d'une durée minimum de 1 heure 30, est construit autour d'un cas concret en liaison avec le domaine professionnel de l'option du BTSA et de manière à évaluer l'atteinte des objectifs 2, 3 et 4 du module M42.

En conséquence il comporte obligatoirement :

- la rédaction d'une démarche d'analyse structurée et complète relative à un problème à résoudre à l'aide des outils informatiques de traitement de données (données disponibles, traitements à réaliser, résultats à obtenir, choix des outils) ;
- l'utilisation approfondie du tableur (fonctions avancées, liaisons, tableaux croisés) ;
- l'utilisation de fonctions d'interrogation et d'édition d'un gestionnaire de bases de données (tris, requêtes, états) ;
- l'utilisation raisonnée des outils de communication du type PréAO ou PAO (choix et mise en œuvre de fonctionnalités adaptées au problème).