

REFERENTIEL DE CERTIFICATION

DOMAINE MERCATIQUE DES PRODUITS

MULTIMEDIA

- ACCUEIL CONSEIL ET VENTE

- PRESENTATION, ANIMATION ET GESTION DU RAYON

Cc1 VENDRE UNE SOLUTION MULTIMEDIA						
Capacités	Conditions de réalisation	Critères d'évaluation	Savoirs associés			
C c 1 . 1 Repérer le type de client : utilisateur ou prescripteur, averti ou non averti pour un usage professionnel ou domestique.	On se place dans une situation réelle ou simulée dans un rayon multimédia d'une enseigne particulière un environnement concurrentiel clairement décrit , un cadre d'autonomie pour la relation avec le client avec un contexte commercial et une brève description du client	Repérage du type d'interlocuteur. Adaptation de son comportement et de son questionnement en fonction du client.	Sc 1. 1			
C c 1 . 2 Déterminer les attentes du client en terme d'usage.				Pertinence du plan de découverte	Sc 1. 2	
C c 1 . 3 Repérer le registre de langage		On donne dans le cadre de la politique de vente des produits multimédia de l'enseigne : l'assortiment des possibilités des solutions référencées dans le point de vente, des objectifs clairement définis, des marges de négociation, une documentation, des fiches produits, des tarifs de vente.	Qualité de la reformulation de la demande Sélection d'une configuration adaptée aux besoins du client en fonction de son profil et de l'assortiment de l'enseigne.	Sc 1. 3 St 1. 2 St 1. 3 St 2. 2 St 3. 1 St 3. 2 St 3. 4		
C c 1 . 4 Choisir la documentation adaptée					Pertinence de la solution proposée au client , clarté de la proposition et aptitude pédagogique en fonction du type de client. Respect des marges de négociation	Sc 1. 4
C c 1 . 5 Traduire en terme de solution						
C c 1 . 6 Préconiser la solution sélectionnée pour le client parmi l'assortiment offert dans le point de vente. Préconiser des achats différés complémentaires en réponse aux attentes						
C c 1 . 7 Argumenter sur la solution retenue.						
C c 1 . 8 Faire une démonstration.						

Cc1 Vendre une solution multimédia (suite)			
C c 1 . 9 Proposer des contrats de services associés : services après vente, renseignements techniques téléphoniques, réseaux , formation, contrats de maintenance.	On donne des documents et des tarifs sur les services associés.	Proposition des services associés en fonction des besoins et du profil du client. Pertinence de l'argumentation pour réussir la vente additionnelle.	Sc 1 . 4 St 3 . 1 St 3 . 2 St 3 . 3 St 3 . 4 St 1 3 . St 2 . 2
C c 1 . 10 Proposer des produits complémentaires : logiciels, CD Rom , ouvrages , consommables ...	On donne des documents et des tarifs sur les produits complémentaires commercialisés dans le point de vente.	Utilisation de la découverte des besoins actuels et futurs du client pour réaliser des ventes additionnelles et fidéliser le client.	
C c 1 . 11 Proposer des solutions de financement adéquates.	On donne des documents sur les conditions de paiement et de financement possibles.	Utilisation de cette marge de manoeuvre au cours de la négociation.	
C c 1 . 12 Transmettre la commande à la personne chargée de préparer et de mettre la solution à disposition.	On donne les documents internes nécessaires à la transmission de la commande.	Exhaustivité du remplissage des documents	Sc 1 . 5
C c 1 . 13 Conclure la vente et remplir les documents commerciaux.	On donne les documents nécessaires à la conclusion de la vente.	Précision et exactitude des informations devant figurer sur les documents commerciaux, respect des règles juridiques.	

Sc 1 Accueil conseil et vente

Savoirs	Limites
<p>Sc 1.1 La clientèle.</p> <p>a) Les différents types de clients.</p> <p>b) Le comportement du vendeur en fonction de la clientèle.</p>	<p>Différenciation de la clientèle de particuliers et de professionnels.</p> <p>Différenciation de la clientèle avertie et non avertie.</p> <p>Différenciation de l'utilisateur et du prescripteur.</p> <p>Utilisation de techniques de communication appliquées à la vente de produits techniques en fonction du type de client.</p>
<p>Sc 1.2 La découverte des besoins et des attentes du client.</p>	<p>Mise en œuvre des techniques de recherche des besoins (plan de découverte, écoute active) en matière de produits, de conseils , d'information, de services.</p>
<p>Sc 1.3 La reformulation.</p>	<p>Utilisation du registre de langage adapté.</p> <p>Utilisation d'une documentation adaptée.</p>
<p>Sc 1.4 La préconisation d'une solution.</p> <p>a) l'argumentation</p> <p>b) la démonstration</p> <p>c) la réponse aux objections</p> <p>d) la vente additionnelle</p> <p>e) la fidélisation du client</p>	<p>Maîtrise des techniques d'argumentation et de réponses aux objections.</p> <p>Mise en œuvre des techniques de présentation et de démonstration.</p> <p>Proposition d'une solution cohérente en fonction du type de clientèle et de l'assortiment du point de vente.</p> <p>Proposition de produits et de services associés (service après vente financement, renseignements techniques téléphoniques, réseaux , formation, contrats de maintenance, logiciels, cédérom, ouvrages, consommables)</p> <p>Mise en avant des possibilités d' évolutions dans le futur.</p>
<p>Sc 1.5 La rédaction des documents commerciaux.</p>	<p>Transmission des documents commerciaux courants à la personne chargée des commandes.</p> <p>Mise en œuvre des règles pour remplir un contrat de vente (solution et services associés)</p> <p>Mise en œuvre des règles pour remplir une demande de crédit.</p>

C c 2 ASSURER LE SUIVI DES VENTES			
Capacité	Condition de réalisation	Critères d'évaluation	Savoirs associés
Cc 2.1 Participer à la mise à jour du portefeuille client	On se place dans une situation réelle ou simulée dans un rayon multimédia d'une enseigne particulière, un environnement clairement décrit, un cadre d'autonomie pour la gestion du fichier client. On donne : plusieurs fiches client des comptes rendus d'entretien de vente avec des clients déjà dans le fichier et avec des nouveaux clients.	Qualification du fichier par une mise à jour des informations nouvelles sur les fiches client. Enrichissement du fichier par de nouvelles fiches clients.	Sc 2.1
Cc 2.2 Exploiter l'historique du fichier.	On donne un extrait de fichier où figurent des informations utiles au suivi du client.	Pertinence des propositions pour assurer le suivi et la fidélisation du client.	
Cc 2.3 Participer à la gestion des litiges éventuels avec les clients.	On se place dans une situation réelle ou simulée avec un contexte de problème technique ou commercial	Résolution du problème dans le respect des objectifs de satisfaction et fidélisation du client.	Sc 2.2 St 1.3 St 2.2 St 3.1 St 3.2 St 3.3 St 3.4
Cc 2.4 Participer à l'assistance de premier niveau	On se place dans une situation réelle ou simulée où un client demande une aide simple qui ne relève pas des aides prévues dans les contrats de services associés.	Pertinence des conseils et de l'aide apportée.	

Sc 2 suivi des ventes

Savoirs	Limites
<p>Sc 2.1 Le fichier clients.</p> <ul style="list-style-type: none">a) La qualification d'un fichierb) L'exploitation d'un fichier	<p>Mise à jour du fichier clients :enrichissement par de nouveaux clients, élaboration d'un fichier prospects et insertion des nouvelles informations sur les clients.</p> <p>Utilisation du fichier pour proposer des actions auprès des clients et des prospects (publipostages relances téléphoniques)</p>
<p>Sc 2.2 Le service après vente.</p> <ul style="list-style-type: none">a) Les litiges avec le clientb) L'assistance de premier niveau	<p>Mise en œuvre de compétences techniques et de négociation relatives à un litige qui peut être résolu par le vendeur.</p> <p>Mise en œuvre des actions pour résoudre un litige qui doit être traité à un niveau hiérarchique supérieur .</p>

Cc3 AMENAGER L'ESPACE DE VENTE			
Capacités	Conditions de réalisation	Critères d'évaluation	Savoirs associés
Cc 3.1 Choisir un mode d'exposition : linéaires, espace démonstration, espace client plus polyvalent.	On se place dans une situation réelle ou simulée dans un rayon multimédia d'une enseigne particulière, un contexte de mise en place ou de réorganisation d'un rayon, un contexte normal ou promotionnel . On donne des consignes d'implantation et des plans d'implantation vierges.	Respect des consignes données par le chef de rayon multimédia Pertinence des choix au regard des contraintes techniques, économiques et commerciales	Sc 3.1 ; St 1 ; St 2.2 ;
Cc 3.2 Présenter le matériel d'exposition	On donne la liste du matériel d'exposition.	Respect des consignes et des principes retenus pour le merchandising dans la mise en place du matériel d'exposition, des linéaires et de la signalétique.	
Cc 3.3 Installer les linéaires : matériel et produits complémentaires.	On donne l'assortiment référencé par le magasin en matériel, périphériques, consommables et « librairie multimédia », des consignes de PLV, des fiches produits.		
Cc 3.4 Participer à la signalétique de base..	Des plans avec le sens de circulation des clients.		
Cc 3.5 Mettre en œuvre les règles de sécurité pour le client et le matériel..	On donne des consignes de sécurité pour le client et le matériel.	Prise en compte des consignes de sécurité dans l'implantation du rayon multimédia et la présentation du matériel d'exposition.	Sc 3.2
Cc 3.6 Mettre en œuvre les moyens pour lutter contre la démarque.	On donne les instructions du chef de rayon face aux situations de démarque les plus courantes.	Respect des instructions du chef de rayon multimédia pour une organisation et une implantation du rayon qui limitent les risques de démarque.	

Sc 3 Aménagement de l'espace vente

Savoirs	Limites
Sc 3.1 Le merchandising. a) Les composantes du merchandising b) Les principes du merchandising c) Le merchandising et la gestion du rayon	Utilisation des techniques du merchandising de séduction . Utilisation des techniques du merchandising de gestion.
Sc 3.2 La sécurité. a) Du matériel b) Du client c) La démarque inconnue.	La connaissance des règles de sécurité et des normes pour protéger le matériel et les clients. L'utilisation des différents moyens pour lutter contre la démarque inconnue.

Cc4 ANIMER UN RAYON MULTIMEDIA			
Capacités	Conditions de réalisation	Critères d'évaluation	Savoirs associés
Cc 4.1 Planifier et choisir les animations	On se place dans une situation réelle ou simulée dans un rayon multimedia d'une enseigne particulière. On donne le descriptif de plusieurs animations réalisables dans une période donnée (trimestre, semestre, année) On donne des consignes d'organisation.	Pertinence du choix des animations à organiser. Validité de la planification des animations retenue. Le respect des consignes d'organisation.	Sc 3.1 ; Sc 4.1 Sc 4.2.
Cc 4.2 Organiser des actions promotionnelles	On se place dans un contexte de préparation d'une action promotionnelle au cours d'une période donnée. On donne le descriptif des moyens et les objectifs de l'action promotionnelle.	Présentation des actions nécessaires à la mise en œuvre de l'action promotionnelle. Elaboration et mise en place de la signalétique propre à l'action promotionnelle.	
Cc 4.3 Participer à la signalétique de promotion			
Cc 4.4 Organiser des événements	On se place dans un contexte de préparation d'un événement. On donne un descriptif de l'événement (mise en avant de la sortie d'un nouveau produit, journées de présentation des nouvelles applications...)	Planification de l'événement. Organisation matérielle de l'événement.	
Cc 4.5 Réaliser des démonstrations	On se place dans un contexte « normal » ou événementiel. On demande de réaliser des démonstrations d'utilisation du matériel, de logiciels, de CD ROM..	Efficacité des démonstrations pédagogiques de l'utilisation du matériel, des logiciels, des CD ROM.	Sc 4.3 ; St 2.2 ; St 3.1 St 3.3.
Cc 4.6 Participer à l'initiation de base	On donne une liste d'applications simples. On demande d'expliquer leur utilisation.	Clarté, exactitude des explications pédagogiques d'applications simples. Adaptation au type de client	

Sc 4 Animation du rayon

Savoirs	Limites
Sc 4.1 Les techniques d'animation sur un lieu de vente.	Les animations envisageables dans un rayon multimédia : actions promotionnelles, démonstrations, événements.
Sc 4.2 La planification.	La planification des animations envisageables dans un rayon multimédia.
Sc 4.3 La communication.	Les moyens et les techniques de communication dans le cadre d'une animation d'un rayon multimédia..

Cc5 GERER UN RAYON MULTIMEDIA			
Capacités	Conditions de réalisation	Critères d'évaluation	Savoirs associés
<p>Cc 5.1 Gérer la rotation des produits :</p> <ul style="list-style-type: none"> • utiles pour réaliser une configuration • complémentaires • périphériques 	<p>On se place dans une situation réelle ou simulée dans le rayon multimédia d'une enseigne particulière.</p> <p>On donne le descriptif d'un rayon où un réassortiment est nécessaire, des statistiques de vente, une procédure de réassortiment.</p>	<p>Exactitude et rapidité dans la détermination de la nature et des quantités de produits à commander pour réaliser un réassortiment courant.</p>	<p>Sc 5.1</p> <p>St1</p>
<p>Cc 5.2 Croiser les apports de la documentation professionnelle avec les informations sur l'état de la consommation..</p>	<p>Idem +</p> <p>On donne la liste des produits référencés, une liste des produits susceptibles d'être référencés, une documentation professionnelle qui rend compte des nouveautés et des informations sur les nouvelles tendances de la consommation de produits multimédia.</p>	<p>Prise en compte des évolutions du marché et des nouvelles possibilités de référencement du magasin dans la mise en œuvre de la veille technologique.</p>	
<p>Cc 5.3 Pratiquer l'inventaire permanent pour anticiper l'obsolescence des produits et la variation des prix.</p>	<p>Idem +</p> <p>On donne des études sur la concurrence et notamment les prix qu'elle pratique.</p>	<p>Exemple de réalisation du réassortiment en anticipant et en intégrant l'obsolescence et la variation des prix.</p>	<p>Sc 5.2</p>
<p>Cc 5.4 Mettre en œuvre le « programme » de vente .</p>	<p>On donne les résultats d'un rayon, les objectifs de vente, les marges pratiquées, une étude de rentabilité du rayon.</p>	<p>Rapidité et pertinence de la consultation et de l'exploitation du tableau de bord.</p>	

Sc 5 Gestion du rayon

Savoirs	Limites
Sc 5.1 La gestion des stocks	Le réassortiment courant. Le réassortiment en tenant compte de l'évolution de l'offre et de la demande du marché des produits multimédia.
Sc 5.2 Le tableau de bord de l'activité commerciale. a) Le tableau de bord outil de suivi b) Le tableau de bord outil prévisionnel c) Le tableau de bord outil de gestion.	Le contrôle de l'approvisionnement du rayon. Le contrôle de la réalisation des objectifs de vente. Le contrôle de la rentabilité du rayon. La prévision des commandes pour assurer le réassortiment. Le contrôle des écarts.

*_*_*_*_*_*_*_*

DOMAINE TECHNOLOGIE

DES CONFIGURATIONS MULTIMEDIA

*_*_*_*_*_*_*_*

DEFINITION DU MULTIMEDIA SUR LAQUELLE REPOSE LE REFERENTIEL SUIVANT

Le multimedia peut être défini comme l'intersection des univers de l'information (image animée ou non, son, données textuelles) et des télécommunications. Il est caractérisé par l'intégration de ces informations et leur interactivité à l'aide d'un logiciel adapté.

CT1 MAITRISER LE FONCTIONNEMENT TECHNIQUE D'UNE CONFIGURATION MULTIMEDIA			Savoirs associés
Capacités	Conditions de réalisation	critères d'évaluation	
CT1.1.Reconnaitre et identifier les différentes composantes d'une configuration multimedia	Dans le cadre du secteur d'activité, à partir des éléments que l'on trouve dans des notices techniques ou à partir des matériels en stock du pont de vente.	Pertinence et rapidité du repérage du produit.	ST1 ST3
CT1.2.Vérifier la compatibilité des différents éléments d'une configuration et résoudre les problèmes rencontrés	A partir des éléments que l'on trouve en stock ou sur une notice de constructeur	La configuration proposée devra être suffisante pour pouvoir fonctionner dans des conditions confortables La configuration proposée doit potentiellement être totalement compatible pour l'ensemble de ses éléments. Les différentes interfaces matérielles auront été prévues	
CT1.3.Installer matériellement les différents éléments de la configuration multimedia	A partir des notices des constructeurs et des modes opératoires fournis. La manipulation peut aller jusqu'à l'ouverture d'une machine pour y installer des cartes ou de la mémoire. Il ne s'agit pas d'assembler un micro-ordinateur mais d'y ajouter des périphériques multimédias.	La configuration est en situation d'installation logicielle	
CT1.4.installer les pilotes logiciels des différents éléments de la configuration Multimedia	A partir des notices des constructeurs et des modes opératoires fournis. Il faudra résoudre les différents conflits que l'on peut rencontrer (interruption, adresse mémoire)	La configuration est prête à être testée	

<p>CT1.5. Tester la configuration multimédia</p>	<p>En situation d'utilisation forcée. On pourra utiliser des logiciels spécifiques de test.</p>	<p>Toutes les possibilités des différents éléments de la configuration auront été testées, et la configuration peut être remise au client.</p>
<p>CT1.6. Maîtriser les solutions matérielles et logicielles liées à la sécurité des matériels et des données</p>	<p>A partir d'une configuration, il faudra installer des logiciels et des matériels permettant une utilisation sans risque</p>	<p>Pertinence des solutions proposées</p>
<p>CT1.7. Mettre à disposition du client et donner les explications suffisantes pour la prise en main</p>	<p>Rédaction éventuelle d'un mode opératoire</p>	<p>Pertinence et clarté des explications. Précision de l'exposé</p>

CT2 REALISER DES DEMONSTRATIONS D'UTILISATION D'UNE APPLICATION LOGICIELLE SUR UNE CONFIGURATION MULTIMEDIA			Savoirs associés
Capacités	Conditions de réalisation	critères d'évaluation	
CT2.1. Maîtriser l'utilisation du système d'exploitation d'une configuration multimédia	Le système d'exploitation correspond aux environnements graphiques de travail que l'on trouve sur un micro-ordinateur. Deux environnements du marché sont au moins maîtrisés pour permettre d'assurer une opération de maintenance liée au fonctionnement des logiciels et des matériels sur la configuration	Mettre en oeuvre une opération de maintenance liée à un dysfonctionnement des matériels ou des logiciels qui ne nécessite pas une intervention lourde sur les organes sensibles du micro ordinateur (disque, microprocesseur, alimentation, carte mère) ou sur le fonctionnement matériel des périphériques.	ST2
CT2.2. Maîtriser l'installation d'une application logicielle	dans le cadre du secteur d'activité et à partir d'une notice technique et d'une configuration matérielle adaptée	Maîtrise des différents paramètres d'installation et résolution de problèmes éventuels.	ST22
CT2.3. Maîtriser les principales fonctionnalités des logiciels courants d'une configuration multimedia	Traitement de texte, tableur, gestionnaire de base de données, logiciels de dessin, de retouche d'image, de capture d'image, de son et de vidéo. Ces applications seront maîtrisées dans le but d'en faire une présentation générale.	Présentation des différentes applications dans une démarche commerciale.	
CT2.4. Maîtriser les logiciels de présentation et de création d'application multimedia	A partir d'une configuration multimedia il s'agira de réaliser des démonstrations automatiques	Création d'applications de démonstration, ne mettant pas en oeuvre d'interactivité avec un utilisateur, à partir d'un logiciel de présentation et d'un logiciel de création d'application multimedia de type langage auteur..	ST33
CT2.5. Maîtriser les différentes fonctionnalités d'Internet	A partir d'une configuration reliée à un réseau de télécommunication	Présentation des différentes possibilités d'Internet dans une démarche commerciale.	

ST1. Les matériels et leurs technologies

Savoirs	limites
ST1.1. L'information et la micro-informatique	L'information est codée, il s'agit d'un codage et il est différent en fonction des éléments qu'il représente.
ST1. 2. le micro ordinateur a. mémoire (centrale et auxiliaire), Les supports optiques (CD audio, CD-ROM, CDI, DVI, CD-PHOTO) et leur lecteurs. b. l'accès à l'information (adresse mémoire, bus) c. le traitement de l'information (microprocesseur et ses différentes fonctions), d. Les interfaces d'entrée/sorties (ports parallèles et séries) e. Les environnements d'exploitation et leurs systèmes d'exploitation f. La sécurité informatique (Sauvegarde, risques électriques, virus)	Distinction entre RAM et ROM, mémoire cache. Descriptif des technologies de stockage magnétique et optique. Il faudra insister sur les différentes compatibilités entre les différents disques optiques et proposer une analyse prospective de l'évolution à 5 ans. On insistera aussi sur leur compatibilité entre eux et avec un micro ordinateur Les différentes typologies et de leur évolution dans le temps, Distinction entre compatibles PC et APPLE. Les principales fonctionnalités des systèmes d'exploitation seront abordées en visant l'autonomie dans l'utilisation
ST1.3. les périphériques a. Diffusion d'information - les écrans et les différentes technologies (tubes cathodiques, structures matricielles...) et les cartes graphiques - les périphériques d'impression (les imprimantes, les tables traçantes) - Les matériels de génération de supports (génération de bandes vidéo, de diapositives) Acquisition d'information - le clavier - les différents lecteurs optiques - le scanner - la souris - Les matériels d'acquisition d'informations multimédias (scanners, les cartes d'acquisition vidéo, les cartes d'acquisition du son, la photographie numérique)	Les périphériques pourront être étudiés par rapport à la technique mais surtout d'un point de vue des applications que peut en faire un professionnel ou un particulier. Cette partie devra s'appuyer sur l'existant du marché au moment de la formation. On insistera sur les différentes comptibilités.

ST2. Les techniques du multimédia

Savoirs	limites
ST2.1. Les techniques a. la numérisation de données b. informatique et vidéo c. les techniques de compression (MPEG, JPEG compression matérielle et logicielle) d. le son (norme MIDI, WAV)	Les différents principes et quelques exemples concrets. Il faudra faire la différence entre le numérique et l'analogique et montrer leur cohabitation sur le support binaire qu'est le micro-ordinateur. Il faudra parler des évolutions qui seront inévitablement et rapidement des applications courantes, nous pensons particulièrement à la télévision interactive, à la domotique, aux retombées de la reconnaissance et de la synthèse de la parole et de l'écriture manuscrite.
ST2.2. les logiciels a. système d'exploitation et extensions multimédias b. gestion de textes, de tableaux et de données c. dessins et graphiques d. photographie e. vidéo f. son g. logiciels de présentation h. logiciels de création multimédia i. hypertexte et hypermédia	Connaissance des différentes possibilités des logiciels du marché. L'objectif est le renseignement intelligent dans une négociation commerciale donc d'en faire une démonstration. On se limite à la présentation générale du concept et aux applications

ST3. Les réseaux et la transmission de données à distance

Ce module permettra une compréhension générale des réseaux, l'aspect technique sera réduit à une vision superficielle. Au travers des réseaux c'est avant tout la notion de transmission de données à distance qui importe.

Savoirs	limites
<p>ST3.1. La transmission de données</p> <ul style="list-style-type: none"> a. principes de transmission (codage, signal, débit, synchronisation, MODEMS) b. supports de transmission (les liaisons par réseaux, les liaisons par satellites) c. Les services (télématique, transmission de fichiers, télécopie) d. les utilisations et les perspectives dans le domaine du multimédia 	<p>On abordera les différents principes de la téléinformatique (traitements par lots, traitement unitaire immédiat) et leurs utilisations pratiques.</p> <p>Il s'agit de faire comprendre les fonctionnement sans en faire des démonstrations trop techniques</p> <p>Les services seront abordés en proposant des configurations minimales d'utilisation</p>
<p>ST3.2. Les réseaux publics</p> <ul style="list-style-type: none"> a. réseau téléphonique commuté (RTC) b. réseau TRANSPAC c. RNIS (Réseau numérique à intégration de services) d. liaisons spécialisées e. le réseau câblé public. 	<p>Descriptif , avantages et inconvénients de chacun</p>
<p>ST3.3. Internet</p> <ul style="list-style-type: none"> a. principe de fonctionnement et architecture générale b. accès à Internet c. différents services d'Internet (adresse électronique, WEB, transmission de données, forum, news, listes...) d. Intranet 	<p>Les principes généraux précéderont une mise en application.</p> <p>Plusieurs navigateurs seront présentés.</p>
<p>ST3.4. Les réseaux locaux</p> <p>principes de fonctionnement et différentes typologies</p> <p>les aspects matériels (cartes d'interfaçage, câblage)</p> <p>les aspects logiciels (systèmes d'exploitation)</p> <p>les aspects fonctionnels (gestion de réseaux)</p> <p>les interconnexions</p>	<p>On présentera les principes généraux et on insistera sur les différentes composantes matériels et logiciels nécessaires au fonctionnement.</p> <p>Des applications seront faites sur des réseaux simples que l'on trouve actuellement intégrés aux environnements de travail.</p>

**DOMAINE
OUVERTURE SUR L'ENVIRONNEMENT DE
L'ACTIVITE PROFESSIONNELLE**

Cette partie se décompose en trois chapitres essentiels que sont la veille technologique, la connaissance de l'environnement économique, commercial et juridique, et la connaissance de la dimension culturelle du multimédia.

CG1 Maîtriser la veille technologique			Savoirs associés
Capacités	Conditions de réalisation	critères d'évaluation	
CG1.1. Appréhender la documentation technique	Accès à une documentation sous diverses formes : papier, supports informatiques, manifestations, spécialisées, documentation constructeur, presse spécialisée, ouvrages spécialisés.	Rapidité et efficacité de la recherche d'information, de la constitution et de la mise à jour De la documentation technique.	SG11 SG12 SG13
CG1.2. Constituer et mettre à jour une documentation technique			
CG1.3. Rechercher des informations dans la documentation et les manifestations spécialisées		Pertinence des synthèses effectuées en matière d'évolution technologique	
CG1.4. Repérer les lignes d'évolution technologique à partir des informations prises dans la documentation et les manifestations spécialisées			

CG2 Maîtriser l'environnement économique, commercial et juridique du multimédia.			Savoirs associés
Capacités	Conditions de réalisation	critères d'évaluation	
CG2.1. Caractériser le marché du multimédia et son évolution	Documentation actualisée relative au marché du multimédia	Pertinence des analyses	SG21 SG22 SG23
CG2.2. Exploiter la presse professionnelle et les études professionnelles	Situations empruntées à la vie professionnelle Documents commerciaux réels	Conformité à la législation des réponses proposées	SG23 SG24 SG25 SG26
CG2.3. Compléter et vérifier des contrats en liaison avec l'activité professionnelle en respect de la réglementation	Documentation juridique à usage professionnel		
CG2.4. Déterminer les obligations nées de situations professionnelles données			
CG2.5. Délimiter le devoir d'information et de conseil auprès du client			
CG2.6. Exploiter une documentation juridique en relation avec l'activité professionnelle			
CG2.7. Agir dans le respect de la législation relative à la propriété intellectuelle et aux libertés individuelles		Pertinence d'un conseil en matière de respect de la loi informatique et libertés	SG23 SG26

CG3 Appréhender l'environnement culturel du multimédia			
Capacités	Conditions de réalisation	critères d'évaluation	Savoirs associés
CG3.1. Appréhender quelques impacts significatifs du multimédia sur la société	A partir de l'actualité, en se limitant à certains domaines : la communication interpersonnelle, les loisirs, l'éducation et la formation, l'organisation du travail.	Pertinence des remarques faites sur les sujets proposés.	SG3

SG1 La documentation technique

Savoirs	limites
SG1.1. Les sources documentaires, leurs caractéristiques, leurs diversités et leurs spécificités	Les documentations techniques pourront être abordées en français et en anglais. Les sources documentaires peuvent être sur papier, sur support informatique ou accessible par téléinformatique.
SG1.2. Méthodologie de constitution et de mise à jour d'une documentation technique	
SG1.3. Les manifestations spécialisées	Connaissance des grandes manifestations françaises se reportant directement ou indirectement au multimédia.

SG2 L'environnement économique, commercial et juridique

Savoirs	limites
SG2.1. Le marché du multimédia : Les distributeurs les réseaux de distribution les opérateurs les utilisateurs	Pour pouvoir se repérer à un moment donné dans l'existant
SG2.2. les produits du multimédias : à vocation professionnelle et technique à vocation éducative, ludique et culturelle	
SG2.3. Les sources d'informations professionnelles : à dominante économique à dominante commerciale à dominante juridique	On se limitera à la connaissance de la presse professionnelle, des organisations professionnelles et aux sources documentaires d'usage courant dans la profession.
SG2.4. Les contrats en relation avec l'activité commerciale : contrat de maintenance contrat de garantie contrat d'installation demande de crédit	On se limitera à l'étude des contrats-types et de clauses particulières d'usage courant
SG2.5. licences et droit d'usage	
SG2.6. Les différentes types de responsabilités du vendeur : contractuelle délictuelle pénale	On se limitera aux aspects liés au contexte professionnel, par exemple : respect de l'obligation d'information et de conseil du client et de l'utilisateur.
SG2.7. Les textes juridiques concernant la propriété intellectuelle	La loi informatique et liberté La commission nationale d'informatique et liberté Notions d'oeuvre collective et individuelle

SG3 L'environnement culturel du multimédia

Savoirs	limites
SG3. Thèmes à caractère sociologique en relation avec l'actualité	On se limitera à repérer les grands et les problématiques essentiels. r COURANTS