

## Savoirs associés

S1 Technologie culinaire  
 S2 Technologie du service  
 S3 Sciences appliquées  
 S4 Techniques commerciales  
 S5 Gestion de l'entreprise

### Mise en relation des capacités et compétences terminales et des savoirs technologiques et scientifiques associés

		S1	S2	S3	S4	S5
<b>C1</b> <b>Organiser</b> <b>Gérer</b>	<b>Savoirs</b>					
	C1.1 Gérer les approvisionnements et les stocks	■	■	■	■	■
	C1.2 Organiser son travail et celui de son équipe	■	■	■	■	■
	C1.3 Gérer les investissements	■	■	■	■	■
	C1.4 Gérer le personnel	■	■	■	■	■
	C1.5 Créer ou reprendre une entreprise	■	■	■	■	■
<b>C2</b> <b>Apprécier</b>	C2.1 Contrôler la conformité des produits stockés, des matériels et des mobiliers à mettre en œuvre	■	■	■	■	■
	C2.2 Contrôler la réalisation des phases préliminaires	■	■	■	■	■
	C2.3 Vérifier les préparations et rectifier si nécessaire	■	■	■	■	■
	C2.4 Conserver ou éliminer les produits	■	■	■	■	■
	C2.5 Évaluer les actions de communication et de promotion	■	■	■	■	■
	C2.6 Apprécier les documents de synthèse	■	■	■	■	■
	C2.7 Évaluer ses capacités d'organisation et d'animation C2.7 Évaluer le travail et les compétences de son équipe	■	■	■	■	■
	C2.8 Apprécier les coûts élémentaires d'une prestation (matière et personnel)	■	■	■	■	■
	C2.9 Identifier les principaux éléments des déclarations fiscales	■	■	■	■	■

**C3  
Réaliser**

Savoirs	S1	S2	S3	S4	S5
C3.1 Assurer les préparations seul et/ou avec son commis					
C3.2 Dresser les préparations					
C3.3 Réaliser, seul ou en équipe, les opérations de nettoyage des locaux, des mobiliers, des matériels et les contrôler					
C3.4 Appliquer les règles d'hygiène, de sécurité, d'ergonomie et de l'environnement					
C3.5 Effectuer la mise en place en fonction du type de prestation et des exigences des clients					
C3.6 Assurer le service					
C3.7 Facturer, encaisser					
C3.8 Effectuer et enregistrer les opérations courantes					
C3.9 Déterminer le prix de vente					

**C4  
Communiquer  
Commercialiser**

C4.1 Prendre les réservations, les enregistrer et les communiquer aux services concernés					
C4.2 Accueillir le client					
C4.3 Prendre la commande					
C4.4 Prendre congé du client					
C4.5 Animer son équipe					
C4.6 Assurer en permanence la satisfaction du client					
C4.7 Établir les actions de communication et de promotion					
C4.8 Construire l'argumentaire de vente					
C4.9 Finaliser les actions de communication, de promotion					

- S1 Technologie culinaire
- S2 Technologie du service
- S3 Sciences appliquées
- S4 Techniques commerciales
- S5 Gestion de l'entreprise

**Relations fondamentales**

**Relations secondaires**

## S1 Technologie culinaire

Connaissances	Limites des connaissances
<p><b>1.1 LA RESTAURATION ET SON ÉVOLUTION</b>  <b>1.1.1 L'art culinaire</b>                      – Évolution au cours des diverses époques jusqu'à nos jours.                      – Influence des événements, des hommes, de l'introduction de nouveaux produits, des comportements alimentaires sur les structures des repas et les prestations servies.</p> <p><b>1.1.2 Les concepts de production</b>                      – Traditionnels.                      – Assemblage ou de composition.                      – Terminal.</p> <p><b>1.2 LA MATIÈRE D'ŒUVRE</b>  <b>1.2.1 Les produits en l'état :</b>                      – Corps gras.                      – Œufs.                      – Laits et dérivés.                      – Poissons.                      – Crustacés.                      – Viandes.                      – Volailles.                      – Gibiers.                      – Légumes.</p> <p><b>1.2.2 Le principe de l'analyse sensorielle</b></p> <p><b>1.2.3 Les spécialités culinaires régionales et européennes</b></p> <p><b>1.2.4 L'association des mets et des garnitures d'accompagnements</b></p>	<p>– Les éléments déterminant l'évolution de l'art culinaire.                      – Les facteurs d'évolution significatifs de la cuisine</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• sociaux ;</li> <li>• économiques ;</li> <li>• législatifs ;</li> <li>• culturels ;</li> <li>• techniques ;</li> <li>• technologiques.</li> </ul> <p>– Les caractéristiques des différents concepts de production.                      – Les critères de différenciation.                      – Les facteurs déterminant le choix du concept et le but recherché :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• humains ;</li> <li>• sociaux ;</li> <li>• économiques (surfaces, volumes, choix des équipements).</li> </ul> <p>– Les critères de choix de la matière d'œuvre appropriés au concept de production :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• saison ;</li> <li>• catégorie ;</li> <li>• classe ;</li> <li>• calibre ;</li> <li>• qualité (AO, AB, labels certification de qualité).</li> </ul> <p>– La réglementation concernant :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• l'achat ;</li> <li>• l'étiquetage ;</li> <li>• la nature de la présentation (appertisés, surgelés, etc.) ;</li> <li>• le transport de la matière d'œuvre ;</li> <li>• le stockage ;</li> <li>• la conservation.</li> </ul> <p>– Les contrôles nécessaires lors de la réception de la matière d'œuvre.</p> <p>– Les fiches d'analyse sensorielle, le vocabulaire des tests comparatifs sur les denrées et les plats cuisinés.</p> <p>– Les caractéristiques gastronomiques propres à chaque région et à chaque pays.                      – Leurs origines géographiques et leur composition.</p> <p>– Les principes de base :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• respect des saveurs ;</li> <li>• mise en valeur des mets ;</li> <li>• respect des appellations classiques ;</li> <li>• l'esthétique ;</li> <li>• la créativité.</li> </ul>

Connaissances	Limites des connaissances
<p><b>1.3 LES ÉLÉMENTS NÉCESSAIRES À UNE PRODUCTION DONNÉE</b></p> <p><i>1.3.1 Les locaux de production et leurs annexes</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Cuisine traditionnelle.</li> <li>– Cuisine d'assemblage (plans à l'échelle en fonction des concepts de production).</li> </ul> <p><i>1.3.2 Le matériel</i></p> <p>Les principes de fonctionnement :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• matériel de production ;</li> <li>• matériel de distribution ;</li> <li>• matériel de stockage ;</li> <li>• petit matériel d'exploitation.</li> </ul> <p><i>1.3.3 Le personnel de cuisine</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– La répartition des tâches et les responsabilités dans l'équipe de travail.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Le respect des règles d'implantation : <ul style="list-style-type: none"> <li>• la marche en avant ;</li> <li>• les circuits d'organisation de la production et de la distribution ;</li> <li>• la réglementation.</li> </ul> </li> <li>– Pour chaque concept de production, tenir compte de la législation concernant la circulation des produits, des plats cuisinés et des personnels.</li> <li>– Les schémas d'implantation.</li> <li>– La critique d'un plan à l'échelle et les propositions de corrections.</li> <li>– Les caractéristiques, fonctions, utilisation, entretien et maintenance des matériels.</li> <li>– Le choix des matériels nécessaires en fonction des impératifs de production et de service.</li> <li>– La réglementation en matière d'hygiène, de sécurité et d'environnement.</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>– La composition d'une brigade de cuisine et d'une équipe de travail, en fonction des concepts de production.</li> <li>– En fonction d'une production donnée, on se limite aux éléments constitutifs d'une fiche de poste et d'une fiche de fonction.</li> <li>– En fonction d'une production donnée, on se limite : <ul style="list-style-type: none"> <li>• aux éléments constitutifs d'une fiche de poste et d'activité ;</li> <li>• à l'organisation et la planification du travail dans le temps et dans l'espace conformément aux exigences de chaque type de production et de la législation sociale.</li> </ul> </li> </ul>

## S2 Technologie du service

Connaissances	Limites des connaissances
<p><b>2.1 LA RESTAURATION ET SON ÉVOLUTION</b></p> <p><i>2.1.1 L'art de la table</i></p> <p>Évolution au cours des différentes époques et contemporaines.</p> <p>Influence des techniques, des comportements alimentaires et des phénomènes de mode sur la structure des repas et des prestations servies.</p> <p><i>2.1.2 Les concepts de restauration</i></p> <p>Les formules de restauration</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Restauration traditionnelle.</li> <li>– Restauration à thème.</li> <li>– Restauration de collectivité.</li> <li>– Restauration rapide.</li> <li>– Restauration « traiteur ».</li> <li>– Restauration dans les transports.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Les éléments déterminant l'évolution des arts de la table et de la distribution des mets.</li> <li>– Les facteurs d'évolution significatifs au niveau des arts de la table et du service (facteurs sociaux, économiques, culturels, législatifs, etc.).</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Les caractéristiques des différentes formules de restauration.</li> <li>– Les modes d'organisation et les techniques de service des différentes formules.</li> </ul>

Connaissances	Limites des connaissances
<p><b>2.2 LES PRODUITS ET BOISSONS FRANÇAIS ET EUROPÉENS</b></p> <p><i>2.2.1 Les produits</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pains.</li> <li>- Poissons fumés.</li> <li>- Œufs de poissons.</li> <li>- Fruits de mer.</li> <li>- Charcuteries.</li> <li>- Foie gras.</li> <li>- Fromages et autres produits laitiers.</li> <li>- Fruits locaux et exotiques.</li> <li>- Truffes.</li> <li>- Condiments.</li> </ul> <p><i>2.2.2 Les boissons</i></p> <p>Les vins français : facteurs déterminants des caractères :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Climat, sol, cépages, etc.</li> <li>- Méthodes de culture et d'élaboration.</li> </ul> <p>Les autres vins européens.</p> <p>Les autres boissons fermentées.</p> <p>Les apéritifs.</p> <p>Les eaux-de-vie, liqueurs et crèmes.</p> <p>Les boissons sans alcool.</p> <p>Les boissons chaudes.</p> <p><i>2.2.3 La dégustation</i></p> <p>Le matériel et les locaux de dégustation. Le vocabulaire utilisé. La fiche de dégustation.</p> <p><i>2.2.4 L'harmonie des vins et des mets</i></p> <p><b>2.3 LES ÉLÉMENTS NÉCESSAIRES À LA RÉALISATION D'UNE PRESTATION DONNÉE</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les produits français et européens les plus connus : <ul style="list-style-type: none"> <li>• leur origine ;</li> <li>• leur production.</li> </ul> </li> <li>- La détermination de qualité (AO, labels, certificats de conformité, produits issus de l'agriculture biologique, produits de montagne, etc.).</li> <li>- La réglementation concernant l'achat, la présentation, l'étiquetage, la conservation, le transport des produits.</li> <li>- Les contrôles nécessaires lors de la réception des marchandises et durant leur stockage.</li> </ul> <p>- L'influence des facteurs naturels et le choix des méthodes spécifiques à une région, à une appellation.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les vins des pays européens producteurs en situant, pour chacun d'eux, les productions les plus connues.</li> <li>- Les principes d'élaboration des boissons fermentées (les marques les plus connues).</li> <li>- Les principes d'élaboration des boissons apéritives (marques, appellations, etc.).</li> <li>- Les principes d'élaboration des boissons : eaux-de-vie, liqueurs et crèmes, exemples courants (marques, appellations, etc.).</li> <li>- Les boissons sans alcool (jus de fruits, eaux minérales, sodas, etc.).</li> <li>- Origines, méthodes d'élaboration.</li> <li>- Les boissons chaudes présentées au restaurant, en particulier le café, le thé et les infusions, leurs origines et leurs méthodes d'élaboration.</li> </ul> <p>- Les principes de la dégustation.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les mets et les boissons qui s'associent le mieux (caractères, région de production, prix, saison, etc.) en respectant une suite logique de dégustation et en utilisant un vocabulaire adapté à la vente.</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>- En fonction de prestations courantes et exceptionnelles données et dans les différents concepts de restauration.</li> </ul>

Connaissances	Limites des connaissances
<p>2.3.1 <i>Les locaux de service et leurs annexes</i></p> <p>Plans en fonction des concepts de service :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Restauration traditionnelle.</li> <li>- Restauration sociale.</li> </ul> <p>2.3.2 <i>Le matériel, le mobilier et le linge</i></p> <p>Les matériels et mobiliers de service :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les caractéristiques.</li> <li>- Les schémas de fonctionnement et d'utilisation.</li> <li>- Le matériel et le mobilier, implantation en fonction de l'utilisation.</li> <li>- Les textiles et substituts.</li> </ul> <p>2.3.3 <i>La décoration</i></p> <p>2.3.4 <i>Les supports de vente</i></p> <p>2.3.5 <i>Le personnel de service</i></p> <p>La répartition des tâches et des responsabilités dans l'équipe de travail.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les critères concernant l'implantation des locaux de service : <ul style="list-style-type: none"> <li>• caractéristiques ;</li> <li>• règles commerciales ;</li> <li>• fonctions ;</li> <li>• normes d'hygiène et de sécurité ;</li> <li>• réglementations ;</li> <li>• entretien maintenance ;</li> <li>• ergonomie ;</li> <li>• ambiance.</li> </ul> </li> <li>- Schéma d'implantation.</li> <li>- La critique d'un plan à l'échelle et proposition de corrections.</li> <li>- Les critères de choix et d'implantation du matériel et du mobilier : <ul style="list-style-type: none"> <li>• caractéristiques ;</li> <li>• règles commerciales ;</li> <li>• fonctions ;</li> <li>• normes d'hygiène, de sécurité et d'environnement ;</li> <li>• réglementations ;</li> <li>• entretien, maintenance ;</li> <li>• ergonomie.</li> </ul> </li> <li>- La détermination des besoins qualitatifs et quantitatifs de linge.</li> <li>- Les types de décoration et facteurs d'ambiance en fonction de la prestation, de la manifestation, de la saison et du budget alloué.</li> <li>- La rédaction et la présentation des documents dans le respect de la législation : <ul style="list-style-type: none"> <li>• les menus, les cartes ;</li> <li>• le catalogue des prestations ;</li> <li>• les documents de promotion.</li> </ul> </li> <li>- La législation des affichages obligatoires à l'extérieur et à l'intérieur des établissements.</li> <li>- La composition d'une brigade et des équipes en fonction des concepts de restauration.</li> <li>- En fonction d'une prestation donnée, on se limite aux éléments constitutifs d'une fiche de poste et d'une fiche d'activité.</li> <li>- L'organisation et la planification du travail dans le temps et l'espace conformément aux exigences de chaque type de service et de la législation sociale.</li> </ul>



Connaissances	Limites des connaissances
<p><b>3.2 QUALITÉ ORGANOLEPTIQUE DES ALIMENTS</b>  3.2.1 <i>Composantes de la qualité organoleptique (aspect, texture, goût, odeur, arôme, saveur)</i></p> <p>3.2.2 <i>Analyse sensorielle</i>  3.2.3 <i>Mise en valeur de la qualité organoleptique des aliments</i></p> <p><b>3.3 QUALITÉ SANITAIRE</b>  3.3.1 <i>Rappels de microbiologie générale</i></p> <p>3.3.2 <i>Microbiologie alimentaire</i></p> <p>3.3.3 <i>Lutte antimicrobienne concernant les denrées alimentaires, le personnel, le matériel, les équipements et les locaux</i>  – Agents antimicrobiens.</p> <p>– Conservation des aliments.</p> <p>– Hygiène du personnel.</p> <p>– Entretien du matériel, des équipements et des locaux.</p> <p>3.3.4 <i>Mesures réglementaires – Critères microbiologiques réglementaires relatifs aux denrées alimentaires</i>  – Critères microbiologiques réglementaires relatifs aux denrées alimentaires.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Mécanisme général de la perception sensorielle.</li> <li>– Rôle des organes sensoriels dans l'acte alimentaire.</li> <li>– Perception gustative.</li> <li>– Perception olfactive.</li> <li>– Différents types de tests.</li> <li>– Conditions de l'analyse sensorielle.</li> <li>– Conditions de valorisation (prestation, environnement, personnel, etc.).</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Typologie des différents micro-organismes rencontrés en microbiologie alimentaire : caractéristiques morphologiques, conditions de développement et pouvoir pathogène.</li> <li>– Physiologie bactérienne : courbe de croissance, facteurs influençant la croissance, sporulation.</li> <li>– Micro-organismes causes d'altération des aliments et micro-organismes utilisés dans la fabrication d'aliments.</li> <li>– Modes de contamination des aliments tout au long de la chaîne : analyse des risques.</li> <li>– Toxi-infections alimentaires et intoxications alimentaires (germes impliqués, conditions de développement, aliments/vecteurs, manifestations).</li> <li>– Infection virale (hépatite virale A).</li> <li>– Nouvelles formes de contamination : agents de contamination non conventionnels.</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Agents physiques : traitements thermiques, etc.</li> <li>– Agents chimiques (nature, mode d'action, règles d'utilisation pour différentes situations professionnelles).</li> <li>– Principe des différents modes de conservation et incidences sur la qualité sanitaire, nutritionnelle, organoleptique et marchande des aliments.</li> <li>– État de santé du personnel.</li> <li>– Hygiène corporelle, vestimentaire.</li> <li>– Hygiène au cours des manipulations.</li> <li>– Composition des produits, mode d'action, contraintes pratiques économiques et réglementaires (respect des mesures d'hygiène, de sécurité et de protection de l'environnement).</li> <li>– Plans de nettoyage d'un poste de travail.</li> <li>– Fiches de procédures de nettoyage.</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Interprétation de résultats d'analyses microbiologiques par rapport aux critères réglementaires et proposition de mesures correctives adaptées.</li> </ul>

Connaissances	Limites des connaissances
<p>– Réglementation relative au transport, au stockage, à la préparation et à la distribution des préparations culinaires, en service immédiat ou différé.</p> <p>3.3.5 <i>Parasitologie alimentaire</i></p> <p>3.3.6 <i>Toxicologie alimentaire</i></p> <p>– Risque toxicologique.</p> <p>– Toxicité des aliments, toxicité intrinsèque et extrinsèque.</p> <p>– Prévention du risque toxicologique en milieu professionnel – les produits d’entretien, de nettoyage et de désinfection, de lutte contre les animaux nuisibles.</p> <p><b>3.4 VALORISATION ET CONTRÔLE DE LA QUALITÉ ALIMENTAIRE</b></p> <p>3.4.1 <i>Réglementation européenne, française</i></p> <p>3.4.2 <i>Normalisation et certification des produits</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• des processus de production ;</li> <li>• des équipements et matériels.</li> </ul> <p>3.4.3 <i>Moyens d’information</i></p> <p>3.4.4 <i>Organismes et services de contrôle de la qualité</i></p> <p><b>3.5 CONNAISSANCE DES PRINCIPAUX ÉQUIPEMENTS, DES LOCAUX PROFESSIONNELS</b></p> <p>3.5.1 <i>Appareils de préparation</i></p> <p>3.5.2 <i>Appareils de cuisson, de remise en température et de maintien en température</i></p>	<p>– Autocontrôles : objectifs, nature, fréquence, responsable.</p> <p>– Analyse des risques et maîtrise des points critiques pour chaque étape (méthode HACCP).</p> <p>– Parasitoses alimentaires.</p> <p>– Notion de cycle évolutif et transmission à l’homme, mesures préventives.</p> <p>– Définition de la toxicité d’une substance ; dose létale 50, dose journalière admissible, dose sans effet.</p> <p>– Effets des substances toxiques (tératogène, mutagène, etc.).</p> <p>– Risques de contamination dans le milieu professionnel avec les produits d’entretien, de nettoyage, de désinfection, de lutte contre les animaux nuisibles :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• les matériaux de conditionnement ;</li> <li>• les auxiliaires de fabrication et les additifs ;</li> <li>• certaines pratiques culinaires.</li> </ul> <p>– Mesures réglementaires et solutions techniques pour prévenir et limiter la contamination des aliments dans la pratique professionnelle.</p> <p>– Objectifs généraux et nature des principaux textes réglementaires européens et français.</p> <p>– Outils de valorisation de la qualité alimentaire : appellations d’origine, labels, certification de conformité, etc.</p> <p>– Assurance qualité, guides des bonnes pratiques d’hygiène.</p> <p>– Normes.</p> <p>– Étiquetage : mentions obligatoires, mentions facultatives (aspect réglementaire).</p> <p>– Fiches techniques de produits.</p> <p>– Documents de traçabilité, tout au long de la chaîne de production et de commercialisation.</p> <p>– Organismes professionnels : centres techniques, etc.</p> <p>– Organismes certificateurs : INAO, etc.</p> <p>– Services administratifs : DGCCRF, services vétérinaires, etc.</p> <p>– Pour chaque type d’appareil :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• étude fonctionnelle ;</li> <li>• dispositifs de régulation et de sécurité.</li> </ul> <p>– Comparaison des performances et des caractéristiques d’appareils pour une opération donnée en vue d’un choix, par rapport à :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• la consommation en énergie ;</li> </ul>

Connaissances	Limites des connaissances
<p>3.5.3 <i>Appareils de conditionnement et de stockage</i></p> <p>3.5.4 <i>Appareils de distribution et de transport</i></p> <p>3.5.5 <i>Appareils de lavage</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• les performances atteintes ; (température, durée, rendement) ;</li> <li>• les quantités d'aliments traités ;</li> <li>• la qualité nutritionnelle, sanitaire ; organoleptique ;</li> <li>• la sécurité ;</li> <li>• la maintenance et le nettoyage.</li> </ul>
<p><b>3.6 ENVIRONNEMENT ET AMBIANCE</b></p> <p>3.6.1 <i>Ambiance climatique</i></p> <p>3.6.2 <i>Ambiance lumineuse</i></p> <p>3.6.3 <i>Ambiance sonore</i></p> <p>3.6.4 <i>Gestion des déchets</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– À partir de textes réglementaires, détermination des conditions optimales de réalisation des différentes tâches professionnelles.</li> <li>– Analyse de situations professionnelles et proposition de mesures correctives appropriées.</li> <li>– Nature des déchets générés par l'activité professionnelle et incidences sur l'environnement.</li> <li>– Équipements nécessaires pour l'évacuation des eaux usées produites par la cuisine et entretien de ces équipements (nature des opérations, fréquence).</li> <li>– Équipements nécessaires pour la collecte et le stockage des déchets solides (locaux, conteneurs, broyeurs de déchets, etc.).</li> </ul>
<p><b>3.7 ACCIDENTS DU TRAVAIL ET ERGONOMIE</b></p> <p>3.7.1 <i>Statistiques d'accidents du secteur de la restauration</i></p> <p>3.7.2 <i>Analyse des risques</i></p> <p>3.7.3 <i>Gestes et postures adaptés aux activités professionnelles</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Textes réglementaires en vigueur (obligations et responsabilités).</li> <li>– Analyse des risques professionnels dans le secteur.</li> <li>– Accidents du travail et maladies professionnelles.</li> <li>– Pour une situation professionnelle donnée, proposition d'actions de prévention ou de correction.</li> <li>– Fiches de sécurité.</li> <li>– Organisation générale de l'appareil locomoteur.</li> <li>– Atteintes de l'appareil locomoteur lors de certaines activités professionnelles (fatigue musculaire, lombalgie, sciatique, etc.).</li> <li>– Étude ergonomique d'un appareil, d'un équipement professionnel.</li> <li>– Conditions optimales de réalisation de différentes tâches (techniques pour soulever une charge, correction de postures à risques, etc.).</li> </ul>
<p>3.7.4 <i>Conduite à tenir en cas d'accidents en milieu professionnel :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Saignement abondant.</li> <li>– Détresse respiratoire.</li> <li>– Détresse cardiaque.</li> <li>– Brûlure.</li> <li>– Plaie.</li> <li>– suspicion de fracture.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Comportement face à une situation d'accident.</li> <li>– L'acte de secours est validé par une formation spécifique : <ul style="list-style-type: none"> <li>• SST, sauvetage secourisme du travail ;</li> <li>• FPS, formation premiers secours.</li> </ul> </li> </ul>

## S4 Techniques commerciales

Connaissances	Limites des connaissances
<p><b>4.1 LE MARCHÉ DE L'HÔTELLERIE ET DE LA RESTAURATION</b></p> <p><i>4.1.1 L'offre hôtelière et de restauration</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La segmentation de l'offre selon : <ul style="list-style-type: none"> <li>• la prestation offerte ;</li> <li>• hébergement traditionnel, collectif, etc. ;</li> <li>• restauration commerciale, collective ;</li> <li>• le niveau de la prestation (classification), tarification, etc. ;</li> <li>• la forme juridique ;</li> <li>• un point de vue économique : taille, chiffre d'affaires, etc.</li> </ul> </li> <li>- Les grandes tendances de l'évolution de l'offre : <ul style="list-style-type: none"> <li>• développement en France, à l'étranger ;</li> <li>• surcapacité ou sous-capacité.</li> </ul> </li> </ul> <p><i>4.1.2 La demande en hôtellerie et en restauration</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La segmentation de la demande selon : <ul style="list-style-type: none"> <li>• la situation de consommation de la prestation : <ul style="list-style-type: none"> <li>- en situation affaires,</li> <li>- en situation agrément, loisirs ;</li> </ul> </li> <li>• les avantages recherchés : <ul style="list-style-type: none"> <li>- le niveau de prix,</li> <li>- le temps à consacrer,</li> <li>- la proximité,</li> <li>- l'accueil des enfants, etc.</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>- Les grandes tendances de l'évolution de la demande : <ul style="list-style-type: none"> <li>• les nouveaux comportements alimentaires et de loisirs ;</li> <li>• les nouveaux comportements des entreprises.</li> </ul> </li> </ul> <p><i>4.1.3 Les acteurs présents sur le marché de l'hôtellerie et de la restauration</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les acteurs de régulation, de contrôle : <ul style="list-style-type: none"> <li>• les organisations professionnelles ;</li> <li>• les services déconcentrés au niveau de <ul style="list-style-type: none"> <li>- la région, du département,</li> <li>- la DASS,</li> <li>- la DR ou DCCRF,</li> <li>- les organisations de consommateurs.</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>- Les partenaires qui conseillent : <ul style="list-style-type: none"> <li>• les CCI ;</li> <li>• les institutions financières ;</li> <li>• les cabinets d'études et de conseils (le Gira Sic Conseil, MKG Conseil, Coach Omnium, etc.).</li> </ul> </li> </ul> <p><b>4.2 L'ENTREPRISE HÔTELIÈRE ET DE RESTAURATION</b></p> <p><i>4.2.1 L'entreprise prestataire de services</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Approche mercatique de l'entreprise (du client à l'entreprise).</li> </ul>	<p>Les notions développées dans ce chapitre sont complémentaires de celles traitées en service et commercialisation.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- L'offre est présentée segmentée.</li> <li>- Les critères utilisés pour segmenter sont repérés.</li> <li>- Des tableaux significatifs extraits de la presse professionnelle sont utilisés.</li> </ul> <p>- Les principales tendances sont découvertes à partir d'extraits de textes adaptés.</p> <p>- Les notions sont découvertes à partir de situations de consommation typées.</p> <p>- Les principales tendances sont découvertes à partir d'extraits de textes significatifs.</p> <p>- Les partenaires sont recensés, leur rôle brièvement décrit (en complémentarité avec la gestion de l'entreprise).</p> <p>- L'étude est menée à partir du client.</p>

Connaissances	Limites des connaissances
<p>– La qualité d’une prestation de service sous l’angle du client :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• les signes de qualité (charte de qualité, certification Iso 9000 et suivantes, labels, AOC, etc.) ;</li> <li>• la relation qualité attendue/qualité perçue ;</li> <li>• satisfaction puis fidélité.</li> </ul> <p>4.2.2 <i>Les étapes de la démarche mercatique de l’entreprise</i></p> <p>– La démarche mercatique.</p> <p>– Les informations nécessaires à la démarche mercatique :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• les sources d’informations internes ;</li> <li>• les sources d’informations externes ;</li> <li>• l’étude documentaire ;</li> <li>• l’enquête par sondage.</li> </ul> <p>– Le choix d’une stratégie mercatique :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• la stratégie mercatique adaptée ;</li> <li>• la stratégie mercatique concentrée.</li> </ul> <p>4.2.3 <i>L’entreprise et les autres entreprises du secteur de l’hôtellerie, de la restauration</i></p> <p>– Les entreprises concurrentes :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• les concurrents directs ;</li> <li>• les concurrents indirects ;</li> <li>• l’émergence d’une nouvelle concurrence (entreprises hors secteur).</li> </ul> <p>– Le choix d’une stratégie vis-à-vis de la concurrence :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• la stratégie suiveuse ;</li> <li>• la stratégie autonome fondée sur la différenciation.</li> </ul> <p><b>4.3 LA VENTE DES PRESTATIONS EN HÔTELLERIE ET RESTAURATION</b></p> <p>4.3.1 <i>Le point de vente</i></p> <p>– Le point de vente (signalétique, fléchage).</p> <p>– Architecture, façade, enseigne, etc.).</p> <p>– L’aménagement intérieur du point de vente.</p> <p>– Les facteurs d’ambiance (décoration, éclairage, signalétique intérieure, tenue du personnel en contact du client, etc.).</p> <p>4.3.2 <i>Le personnel en contact avec la clientèle</i></p> <p>– Le rôle de chaque membre du personnel dans la réalisation de la prestation et dans la satisfaction du client.</p>	<p>– Les signes de qualité que le client peut trouver sont découverts par les élèves à partir de cas.</p> <p>– La relation qualité/fidélité est mise en évidence à partir d’exemples.</p> <p>– La démarche mercatique est analysée à partir d’un schéma fléché et numéroté.</p> <p>– Les sources d’informations internes et externes sont identifiées.</p> <p>– À partir de documents adaptés au niveau des élèves, une comparaison entre étude documentaire et enquête par sondage est faite (qui, quoi, combien, etc.).</p> <p>– La complémentarité des deux démarches est mise en évidence.</p> <p>– Les offres d’entreprises mettant en œuvre ces deux stratégies sont comparées.</p> <p>– Dans une zone géographique limitée, les entreprises ayant le même positionnement sont identifiées, les concurrents directs et les autres sont recensés.</p> <p>– Les nouveaux concurrents sont découverts à partir d’analyse de documents et/ou de sondages dans la classe.</p> <p>– La stratégie est dégagée à partir de documents simples.</p> <p>Les notions développées dans ce chapitre sont complémentaires de celles traitées en service et commercialisation (technologie, technologie appliquée et travaux pratiques).</p> <p>– Les aspects du point de vente sont envisagés selon une approche client.</p> <p>– Les personnes en contact avec le client sont recensées, leur rôle est précisé.</p>

Connaissances	Limites des connaissances
<p>– Les principaux outils pour stimuler et motiver le personnel en contact avec la clientèle.</p> <p><i>4.3.3 Les différentes méthodes de vente</i></p> <p>– Avec déplacement du client sur le point de vente :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• la vente traditionnelle (service à table, vente à emporter) ;</li> <li>• la vente en libre-service assistée ou non (buffet, cafétéria) ;</li> <li>• la vente par distributeur automatique.</li> </ul> <p>– Sans déplacement du client : la vente à distance (vente livrée).</p> <p>– La combinaison de plusieurs méthodes de vente sur le point de vente.</p> <p><i>4.3.4 La vente traditionnelle d'une prestation « service à table »</i></p> <p>– La préparation de la vente :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• la connaissance des produits (cartes, offres du jour, etc.) ;</li> <li>• la connaissance des clients : <ul style="list-style-type: none"> <li>- le processus de prise de décision,</li> <li>- les attentes des différents segments de clientèle (midi, soir, etc.),</li> <li>- les caractéristiques de la clientèle actuelle (notamment pour un accueil personnalisé).</li> </ul> </li> </ul> <p>– La réalisation de la vente :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• les étapes de l'accueil à la prise de commande : <ul style="list-style-type: none"> <li>- la prise de contact,</li> <li>- la découverte du client (recherche des besoins),</li> <li>- l'argumentation et la réponse aux objections,</li> <li>- l'accord et la prise de commande ;</li> </ul> </li> <li>• la réalisation de la prestation ;</li> <li>• les étapes de la fin de la prestation : <ul style="list-style-type: none"> <li>- la mesure de la satisfaction du client,</li> <li>- la prise de congé,</li> <li>- le suivi du client ou le maintien de la relation avec le client.</li> </ul> </li> </ul> <p><i>4.3.5 L'animation ponctuelle du point de vente</i></p> <p>– Les objectifs poursuivis dans le cadre du point de vente pour sa clientèle actuelle et la clientèle potentielle.</p> <p>– La démarche de mise en œuvre :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• la préparation,</li> <li>• l'animation elle-même,</li> <li>• la mesure des résultats (quantitatifs, qualitatifs).</li> </ul> <p><b>4.4 LA COMMUNICATION COMMERCIALE</b></p> <p><i>4.4.1 La démarche de la communication orale et écrite</i></p> <p>– Communication directe et par l'intermédiaire d'un outil de gestion :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• les éléments ;</li> </ul>	<p>– Les principaux outils de stimulation, de motivation sont recensés, le rôle du client précisé.</p> <p>– Pour chacune des méthodes sont dégagés le rôle du personnel en contact, la présentation de l'offre de restauration, la participation du client.</p> <p>– Les différentes méthodes de vente sur un même point de vente sont mises en évidence ; les raisons de ces combinaisons sont repérées (approche client).</p> <p>– Les informations nécessaires pour renseigner le client sont recensées.</p> <p>– Le processus de prise de décision est analysé.</p> <p>– Le rôle du personnel en contact avec le client est identifié à chaque étape du processus.</p> <p>– Les attentes du client sont mises en évidence à partir de situations typées.</p> <p>– Les informations à retenir pour personnaliser la relation clientèle sont repérées.</p> <p>– Les étapes sont découvertes au travers de situations simulées.</p> <p>– La recherche des besoins se fait à l'aide de Soncas, Sabone, Sacol, etc.</p> <p>– Les arguments de vente sont listés, le choix des arguments est justifié.</p> <p>– Les objections et les réponses à ces objections sont recensées.</p> <p>– Un questionnaire de satisfaction du client est analysé.</p> <p>– Le fichier informatisé client est renseigné.</p> <p>– Les différentes animations menées par un point de vente sont observées pendant une période assez longue, elles sont analysées.</p> <p>– Les démarches mises en œuvre sont découvertes à partir d'articles de presse.</p> <p>– À partir de situations données impliquant le client, les éléments, processus et fonctions du message sont repérés.</p>

Connaissances	Limites des connaissances
<ul style="list-style-type: none"> <li>• le processus ;</li> <li>• les fonctions du message.</li> </ul> <p><i>4.4.2 Situations de communication d'une entreprise hôtelière</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La démarche d'analyse d'une communication commerciale publicitaire :               <ul style="list-style-type: none"> <li>• les acteurs de la communication commerciale publicitaire (annonceur, agence de communication, régie publicitaire, BVP, etc.).</li> </ul> </li> <li>- Les objectifs de communication :               <ul style="list-style-type: none"> <li>• la ou les cibles de communication ;</li> <li>• les moyens (médias, supports, mercatique directe) ;</li> <li>• la description du contenu du message (accroche, visuel, rédactionnel, signature) ;</li> <li>• l'analyse du message avec AIDA.</li> </ul> </li> <li>- Les spécificités de la publicité par mercatique directe :               <ul style="list-style-type: none"> <li>• les fichiers ;</li> <li>• les éléments qui composent un publipostage.</li> </ul> </li> <li>- Les actions de communication qui accompagnent une animation ponctuelle du point de vente :               <ul style="list-style-type: none"> <li>• en direction de la clientèle actuelle, PLV, opération de mercatique directe, courrier adressé, personnalisé ;</li> <li>• en direction de la clientèle potentielle, publicité ou publipromotion, opération de mercatique directe.</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La démarche est étudiée à partir d'un ou de plusieurs encarts publicitaires représentatifs.</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les choix possibles et les principaux critères de qualité d'un fichier répondant à un objectif de communication sont identifiés.</li> <li>- Un publipostage est analysé.</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>- À partir de documents professionnels, les cibles de communication et la spécificité des messages sont mises en évidence.</li> <li>- Une PLV est rédigée, les différents endroits où la placer sont repérés, les choix sont justifiés.</li> <li>- À partir de fiches clients et de courriers personnalisés, les éléments qui permettent la personnalisation du message sont recensés.</li> </ul>

## S5 Gestion de l'entreprise

Connaissances	Limites des connaissances
<p><b>5.1 LA COMPTABILITÉ DE L'ENTREPRISE HÔTELIÈRE</b></p> <p><i>5.1.1 Le rôle de la comptabilité</i></p> <p><i>5.1.2 Les obligations comptables</i></p> <p><i>5.1.3 L'exercice comptable</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Notion d'exercice.</li> <li>- Notion de résultat comptable.</li> </ul> <p><i>5.1.4 Le principe de la partie double</i></p> <p><i>5.1.5 Le compte</i></p>	<p>Les acquis de BEP sont pris en compte.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Notions d'ouverture et de clôture.</li> <li>- Charges et produits.</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Contrôle de l'égalité débit/crédit.</li> <li>- Établissement et analyse d'une balance simple.</li> <li>- Le jeu des comptes courants à partir d'exemples simples (comptes de trésorerie, de tiers, achats, ventes, TVA).</li> <li>- Classement des comptes et inscription dans les documents de synthèse (bilan ou compte de résultat).</li> </ul>

Connaissances	Limites des connaissances
<p>5.1.6 <i>Le plan comptable</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le plan comptable de l'entreprise.</li> </ul> <p>5.1.7 <i>Les pièces comptables</i></p> <p>5.1.8 <i>Organisation comptable</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les livres obligatoires.</li> <li>- Les journaux spécialisés.</li> <li>- Les balances.</li> <li>- Les documents de synthèse : <ul style="list-style-type: none"> <li>• le bilan ;</li> </ul> </li> </ul> <p>• le compte de résultat.</p> <p>5.1.9 <i>La TVA</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Principes.</li> <li>- Les taux de TVA du secteur hôtelier.</li> <li>- La TVA collectée.</li> <li>- La TVA déductible.</li> <li>- La TVA à décaisser.</li> </ul> <p>5.1.10 <i>Les documents fiscaux courants</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La déclaration de la TVA.</li> <li>- Les déclarations fiscales.</li> <li>- La déclaration annuelle des résultats.</li> </ul> <p>5.1.11 <i>Les opérations d'achat, de vente et la gestion des stocks</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les achats.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le plan comptable hôtelier : création d'un compte.</li> <li>- Les comptes sont classés et inscrits dans les documents de synthèse.</li> <li>- Identification des pièces comptables de base et récapitulatives.</li> <li>- Repérage des renseignements essentiels.</li> <li>- Conservation et classement.</li> <li>- Journal, grand-livre, livre d'inventaire.</li> <li>- Notions de virements internes.</li> <li>- La balance générale.</li> <li>- Structure, analyse sommaire, comparaison de bilans simples (origine des capitaux utilisés et emplois).</li> <li>- Classement des principaux éléments par grandes rubriques.</li> <li>- Détermination du montant des investissements.</li> <li>- Sélection, à partir d'exemples, des opérations génératrices de résultat.</li> <li>- Les ratios : signification économique et financière des indicateurs les plus courants dans le secteur hôtelier.</li> <li>- Structure et analyse sommaire du compte de résultat.</li> <li>- Classement des charges par nature selon leur variabilité, calcul du seuil de rentabilité et d'activité critique (le point mort), en tirer des conclusions.</li> <li>- Analyse des ventes réalisées et des marges (apprécier la signification économique et financière des indicateurs les plus courants : marge brute, d'activité, d'exploitation, nette, résultat brut d'exploitation, excédent brut d'exploitation).</li> <li>- Le tableau des soldes intermédiaires de gestion.</li> <li>- Calcul d'une TVA, d'un HT, d'un TTC.</li> <li>- À partir des comptes de TVA fournis : <ul style="list-style-type: none"> <li>• calcul de la TVA à décaisser ou du crédit à reporter ;</li> <li>• inscription des principaux comptes de TVA dans le bilan ;</li> <li>• établissement de la déclaration de la TVA en réel.</li> </ul> </li> </ul> <p>- Les documents nécessaires sont identifiés.</p> <p>- Les documents courants sont complétés à partir d'informations fournies (déclaration des salaires, des résultats).</p> <p>- Les documents sont vérifiés, la vraisemblance des résultats est appréciée.</p> <p>- Les dates et délais à respecter sont connus.</p> <p>Les éléments de base sont acquis en BEP (commande, appels d'offres, choix du fournisseur, commande, livraison fiche de stock, facture, règlement, gestion des stocks).</p> <p>- Les logiciels utilisés sont paramétrés.</p>

Connaissances	Limites des connaissances
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les stocks.</li> <li>- Les ventes.</li> </ul> <p>5.1.12 <i>Le contrôle des comptes</i></p> <p>5.1.13 <i>Les états de rapprochement</i></p> <p>5.1.14 <i>Le contrôle des stocks</i></p> <p>5.1.15 <i>La gestion des investissements et du capital technique</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les modes de financement des investissements.</li> </ul> <p>5.1.16 <i>Les coûts</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les éléments constitutifs d'un coût de revient.</li> </ul> <p>5.1.17 <i>Le prix de vente</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les élèves mettent en pratique les notions acquises antérieurement lors de leur passage dans les services concernés de l'établissement.</li> <li>- Bon, note.</li> <li>- Tenue de la main courante.</li> <li>- Encaissement, vérification de la caisse.</li> <li>- Remise à l'encaissement des chèques, des cartes de paiement.</li> <li>- Principe de l'enregistrement comptable des règlements.</li> <li>- Vérification des comptes bancaires ou postaux.</li> </ul> <p>- États de rapprochement simples.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Rappel des méthodes de valorisation des stocks, vérification des stocks, concordance entre les quantités théoriques et réelles indiquées par les économats (outil informatique).</li> <li>- Intérêt de l'investissement, catégories d'investissement.</li> <li>- Calcul d'une dotation aux amortissements (système linéaire et dégressif), d'une dotation pour créance douteuse et incidence sur le résultat.</li> <li>- Analyse sommaire des annexes du bilan : tableaux d'immobilisations et d'amortissements.</li> <li>- Les critères de choix d'un moyen de financement.</li> <li>- Analyse sommaire de tableaux de financement, emprunt et crédit-bail (annuité, coût total, TEG), comparaison et coût total.</li> <li>- Calcul des coûts élémentaires contenus dans une prestation générale et ponctuelle (matière, main-d'œuvre, autres charges).</li> <li>- Calcul et analyse des écarts.</li> <li>- Classification des charges par secteurs d'activités.</li> <li>- Identification des charges indirectes.</li> <li>- Analyse de la structure de la carte proposée.</li> <li>- Appréciation de l'équilibre commercial des prestations proposées (gammes de prix).</li> </ul>
<p><b>5.2 LA CRÉATION ET LA REPRISE DE L'ENTREPRISE HÔTELIÈRE</b></p> <p>5.2.1 <i>Le statut du commerçant, de l'artisan</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Définition.</li> <li>- Obligations.</li> </ul> <p>5.2.2 <i>Les éléments constitutifs du fonds de commerce</i></p> <p>5.2.3 <i>Les formalités réglementaires, administratives pour :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La création.</li> <li>- La vie de l'entreprise.</li> <li>- La croissance de l'entreprise.</li> <li>- La fermeture de l'entreprise.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les principales obligations légales et réglementaires sont présentées, les imprimés essentiels sont complétés.</li> <li>- Les éléments constitutifs sont recensés.</li> <li>- Les documents nécessaires sont identifiés.</li> <li>- Les informations nécessaires sont recherchées, sélectionnées (<i>voir</i> chapitre sur les documents fiscaux et les investissements).</li> </ul>

Connaissances	Limites des connaissances
<p><i>5.2.4 Les conseils et sources d'informations</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les centres de gestion agréés.</li> <li>- Les organismes professionnels.</li> <li>- Les chambres des métiers.</li> <li>- Les chambres de commerce et d'industrie.</li> <li>- L'inspection du travail.</li> <li>- Les administrations.</li> <li>- Les experts-comptables, les avocats.</li> <li>- Les banquiers, les sociétés d'affacturage.</li> <li>- La presse professionnelle.</li> <li>- Les bases de données spécialisées.</li> </ul> <p><b>5.3 L'ENVIRONNEMENT SOCIAL DE L'ENTREPRISE HÔTELIÈRE</b></p> <p><i>5.3.1 Le contrat de travail</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les types de contrats de travail.</li> <li>- La fin du contrat de travail.</li> </ul> <p><i>5.3.2 Les conditions de travail</i></p> <p><i>5.3.3 La durée du travail</i></p> <p><i>5.3.4 Les modes de rémunération</i></p> <p><i>5.3.5 Le règlement intérieur</i></p> <p><i>5.3.6 La représentation des salariés dans l'entreprise</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Comité d'entreprise.</li> <li>- Délégués du personnel.</li> </ul> <p><i>5.3.7 Les syndicats</i></p> <p><i>5.3.8 Les conflits individuels et collectifs</i></p> <p><i>5.3.9 La négociation collective</i></p> <p><b>5.4 LES RESSOURCES HUMAINES ET LEUR VALORISATION</b></p> <p><i>5.4.1 L'organisation du travail</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Organisation de son travail.</li> <li>- Organisation du travail de son commis.</li> <li>- Organisation du travail de son équipe.</li> </ul> <p><i>5.4.2 Le recrutement et la formation du personnel d'une entreprise hôtelière</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Définition de poste.</li> <li>- Critères d'embauche.</li> <li>- Gestion de carrière.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les sources d'information sont recensées.</li> <li>- Leurs organisations, rôles et compétences sont identifiés.</li> <li>- La méthode de recherche de documentation, de consultation d'une documentation et de bases de données informatisées est connue.</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les éléments du contrat de travail sont identifiés.</li> <li>- Les règles et les obligations sont connues.</li> <li>- À partir de données fournies, les règles sont dégagées.</li> <li>- La convention collective est analysée.</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le coût du personnel est connu (salaire et charges).</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les éléments sont donnés, le bulletin de salaire est calculé et présenté (traitement manuel et/ou informatique).</li> <li>- Analyse des éléments constitutifs.</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le rôle des institutions représentatives est connu.</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le rôle du conseil des prud'hommes est connu.</li> <li>- Le droit de grève est précisé.</li> <li>- Organisation, objet et intérêt.</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les tâches d'un poste sont répertoriées et présentées sous forme d'un tableau, d'une fiche, d'un plannigramme (présentation manuscrite ou informatisée).</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les qualités, capacités, compétences pour occuper le poste considéré sont identifiées.</li> <li>- Les aptitudes d'un postulant sont repérées.</li> </ul>

Connaissances	Limites des connaissances
<p>5.4.3 <i>L'évaluation</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Évaluation de ses performances.</li> <li>- Évaluation des performances de son commis.</li> <li>- Évaluation des performances de son équipe.</li> </ul> <p><b>5.5 L'ENVIRONNEMENT JURIDIQUE DE L'ENTREPRISE HÔTELIÈRE</b></p> <p>5.5.1 <i>Les contrats</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Contrat de vente.</li> <li>- Contrat de bail.</li> <li>- Contrat de crédit-bail.</li> </ul> <p>5.5.2 <i>Les obligations</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Obligation de résultat.</li> <li>- Obligation de moyen.</li> </ul> <p>5.5.3 <i>La responsabilité</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Responsabilité contractuelle.</li> <li>- Responsabilité délictuelle.</li> <li>- Responsabilité pénale.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les besoins en formation sont recensés.</li> <li>- Un profil de carrière est élaboré.</li> <li>- Les éléments constitutifs d'une fiche d'auto-évaluation, d'évaluation des performances d'un commis, d'une équipe sont recensés.</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pour ces contrats, il y a lieu de caractériser les parties, l'objet, la cause, les effets, les obligations.</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Caractéristiques et différences.</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>- À partir de situations concernant des entreprises hôtelières, la responsabilité engagée est précisée.</li> </ul>